



TESI DOCTORAL UPF / 2020

Precarietat laboral i ètica periodística: una anàlisi de la relació entre condicions de treball i deontologia professional a Catalunya

Laura Fanals Gubau



TESI DOCTORAL UPF / 2020



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

Precarietat laboral i ètica periodística:
una anàlisi de la relació entre
condicions de treball i deontologia
professional a Catalunya

Laura Fanals Gubau

Precarietat laboral i ètica periodística: una anàlisi de la relació entre condicions de treball i deontologia professional a Catalunya

Laura Fanals Gubau

Tesi doctoral UPF/ 2020

DIRECTORA DE TESI:

Dra. Ruth Rodríguez-Martínez

DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ



A tots els i les professionals que fan un periodisme digne
malgrat unes condicions precàries.

Agraïments

El meu primer agraïment és per a la meva directora de tesi, la doctora Ruth Rodríguez-Martínez. Els seus consells, la seva mentoria i el seu coneixement acadèmic han estat imprescindibles per poder tirar endavant aquest projecte, però encara ho ha estat més la seva infinita paciència, la seva disponibilitat i el seu bon humor permanent. I moltes gràcies també a la Margot, a qui vaig conèixer quan encara estava a la panxa i que des de ben petita ha tingut la paciència de compartir amb mi reunions i tutories amb la seva mare.

Voldria agrair també el suport del Grup de Recerca en Periodisme (GRP) de la Universitat Pompeu Fabra, ja que la seva experiència i investigacions en l'àmbit de la deontologia han permès que aquesta recerca hagi pogut agafar cos. També vull donar les gràcies als companys del doctorat en Comunicació de la UPF pels moments compartits malgrat la distància, i molt especialment a la Gemma Palà, companya de viatge sense la qual res de tot això hauria estat el mateix. Gràcies també al professorat de la School of Media and Communication de la Universitat de Leeds, on va néixer la llavor d'aquesta tesi; i sobretot als doctors Helen Kennedy i Chris Paterson, que durant el treball final de màster em van guiar en els primers passos d'aquesta investigació. També voldria donar les gràcies a la comunitat de la Universitat de Girona, i molt especialment a la doctora Sílvia Espinosa, per haver-me donat l'oportunitat de compartir el meu coneixement als alumnes de Publicitat i Relacions Públiques i haver descobert la passió per la docència.

Aquesta recerca tampoc hauria estat possible, òbviament, sense la participació desinteressada de tots els periodistes que han cedit part del seu temps per contestar l'enquesta o participar en les entrevistes qualitatives. El meu agraïment més sincer per haver accedit a compartir amb mi les seves inquietuds, anhels i expectatives sobre el present i el futur del periodisme. I moltes gràcies també als doctors Salvador Alsius, Carlos-Maciá Barber, Eva Jiménez i als periodistes Neus Bonet, Roger Jiménez i Luis Palacio per haver ofert, en qualitat d'experts, les seves valuoses opinions sobre la professió. Voldria agrair també al Col·legi i al Sindicat de Periodistes de Catalunya totes les facilitats que m'han posat per fer aquesta recerca, sobretot a l'hora de distribuir les

enquestes entre els seus membres, i donar-los les gràcies per la ingent tasca que realitzen en defensa dels drets laborals i la qualitat del periodisme. Una menció especial es mereixen tots els companys de junta del Col·legi de Periodistes, que sento com casa meva, per tot el que he après durant tots aquests anys de lluites compartides, i per totes les que hagin de venir.

Un altre agraïment imprescindible és per als meus companys i superiors del Diari de Girona, on he après i segueixo aprenent cada dia què significa fer periodisme. Gràcies per l'immens suport que he rebut quan he hagut de treure hores d'on no n'hi havia per poder fer aquesta tesi. I faig extensiu també l'agraïment a tots els companys periodistes que he conegut al llarg de la meva carrera, especialment a les comarques gironines, i que m'han demostrat que la companyonia sempre està per sobre la competència.

Moltes gràcies també a la meva família, que ha estat un dels grans puntals sense la qual no hauria pogut arribar fins aquí. El meu agraïment més profund per als meus pares, Pere i Pilar, per tot el que m'han arribat a ajudar, especialment en la recta final de la tesi, acabada en ple confinament per la Covid-19; i moltes gràcies també al meu germà, a l'Eli i a la meva àvia Antònia, per tots els ànims que m'han donat constantment.

I finalment, però no menys important, moltíssimes gràcies a tots els amics que han estat al meu costat durant tot aquest viatge i que no han deixat que defallís. Moltes gràcies a l'Àgata Colomer per haver-me acollit a Sort quan em faltava la inspiració, a l'Anna Pibernat i les seves classes d'estadística, a la Núria Teixidor i a tot el grup de Xeflis; als de Sant Pau; a la Cristina Castro i l'Elvira Roig per ser-hi sempre; a la Txell Comas per la seva energia sempre positiva; als *becarios*; a la Roser Puig i en Ramon Radó, perquè al seu costat vaig descobrir al periodisme; a en Tapi Carreras, per totes les batalles que hem viscut plegats; a la Neus de Puig i la Glòria Cort, pels moments de desconexió; a la Julia Rubsamen i la Irina Tudorascu, pel suport en la distància; a la Iolanda Naranjo per l'alegria i a en Bahri pels litres de te i debat. Mil gràcies a l'Alfons Casellas per haver fet molt més planer l'últim tram del camí i a totes les persones que, en un moment o altre, han format part d'aquest projecte. Moltes gràcies a tots.

Resum

Aquesta tesi analitza la relació entre l'existència d'unes condicions laborals precàries - que, segons nombroses enquestes, són la principal causa de preocupació entre els periodistes- i l'actitud dels professionals que treballen a Catalunya davant dels dilemes ètics que els sorgeixen durant la pràctica habitual del periodisme. La principal hipòtesi és que la precarietat laboral fa els periodistes més vulnerables a l'hora de defensar els seus principis ètics. A partir de la definició integral de precarietat d'autors com Neilson i Rossiter (2006), Brophy i de Peuter (2007), Gill i Pratt (2008) i Ross (2009), que no només tenen en compte els salaris sinó també altres factors com la inestabilitat laboral, el grau de satisfacció personal o l'estat anímic dels treballadors precaris; i del tesaure d'Alsus (1999, 2010), que estableix els quatre principis ètics de veritat, llibertat, justícia i responsabilitat, la investigació combina una metodologia quantitativa -enquesta- i qualitativa -entrevistes en profunditat a professionals en actiu i a experts- per dibuixar un perfil dels treballadors més precaris i analitzar les seves actituds davant de 18 reptes ètics. Els resultats permeten constatar que la precarietat és un condicionant important per a l'ètica periodística, tant per aquells que la pateixen de forma directa com els que no, i que limita especialment els supòsits relacionats amb la llibertat i la veritat.

Abstract

This thesis analyses the relationship between the existence of precarious working conditions -as, according to several surveys, they are the main concern among media professionals- and the attitude of the journalists who work in Catalonia towards the ethical dilemmas that they have to face during their daily work. The main hypothesis is that precarious working conditions make journalists more vulnerable when they have to defend their ethical principles. Taking the comprehensive definition of precariousness given by Neilson and Rossiter (2006), Brophy and Peuter (2007), Gill and Pratt (2008) and Ross (2009), which not only takes into account the salaries but also other aspects such as the instability, the personal satisfaction or the emotional state of the precarious workers; and the thesaurus designed by Alsus (1999, 2010), which establishes the ethical principles of truth, freedom, justice and responsibility; this research combines a quantitative methodology -a survey- and a qualitative one -interviews to professionals

and experts- in order to draw a profile of the most precarious workers and analyse their attitudes towards 18 ethical dilemmas. The results show that precariousness is a very important determinant of journalistic ethics, for both those who suffer it and those who do not, and it especially affects the principles of freedom and truth.

Pròleg

Aquesta tesi és fruit de quatre anys d'investigació acadèmica, però també de disset anys de pràctica professional com a periodista al Diari de Girona. Aquesta trajectòria, que majoritàriament ha coincidit amb la crisi que la premsa escrita pateix de forma aguda des de l'any 2008, m'ha permès conèixer en primera persona les rutines de la professió, les condicions laborals amb què es troben cada cop més periodistes i compartir amb molts companys, del diari i d'altres mitjans, infinites confidències i reflexions sobre el futur de la professió. Una professió que estimo i que sempre he intentat protegir i dignificar, tant des de la pràctica diària com des de la junta del Col·legi de Periodistes, a la qual vaig pertànyer durant vuit anys. És per això que, quan sortint d'una xerrada sobre ètica periodística a la Universitat de Leeds, el meu company Pietro Tria em va comentar: “Tot això de l'ètica està molt bé, però què passa quan tens unes condicions laborals precàries i no arribes a finals de mes?”, vaig tenir clar que la meua recerca acadèmica es dirigiria a respondre a aquesta pregunta.

Malgrat que durant els últims quatre anys he combinat el doctorat amb la pràctica professional, dur a terme aquesta recerca m'ha obligat a sortir de la trinxera i posar-me les ulleres acadèmiques, cosa que he aconseguit gràcies al suport de tot el professorat del departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra i a les aportacions dels meus companys, que també han estat una peça fonamental en el procés. L'ús d'aquestes ulleres acadèmiques, tanmateix, ha estat indissociable del bagatge personal en una recerca d'aquestes característiques. I per molt diferents que hagin estat els dos camins, he optat per defensar com a investigadora el mateix que com a periodista: que l'objectivitat pura i dura no existeix, però sí l'honestedat, de manera que aquesta tesi ha tingut com a punt de partida fonamental el seu compromís amb la professió i amb la seva deontologia.

Índex

	Pàg.
Agraïments	v
Resum/Abstract	vii
Pròleg	ix
Llistat de taules.....	xxii
Llistat de gràfics.....	xxiv
1.INTRODUCCIÓ.....	1
1.1 Objecte d'estudi.....	1
1.2 Objectius, hipòtesis i preguntes de recerca.....	4
1.2.1 Objectius.....	4
1.2.2 Hipòtesis.....	5
1.2.3 Preguntes d'investigació.....	6
1.3 Estructura de la tesi.....	8
Sumari capítol 2.....	11
2. MARC TEÒRIC	13
2.1 El concepte de precarietat laboral.....	13
2.1.1 Precarietat: definició i orígens	14
2.1.2 Oportunitat o condemna? Les narratives de la precarietat.....	16
2.1.2.1 Llibertat i creativitat: la precarietat com a oportunitat.....	17
2.1.2.2 Inestabilitat i autoexplotació: les ombres de la precarietat.....	21
a) Precarietat econòmica.....	22
b) Una llibertat qüestionada.....	23
c) Incertesa i inestabilitat.....	25
d) L'individualisme del treballador precari.....	26
e) Noves vies de lluita contra la precarietat.....	27
2.1.3 Precarietat i periodisme.....	29
2.1.4 Els reptes del “periodisme ciutadà”	30
2.2 Marc econòmic del periodisme a Catalunya i Espanya.....	33
2.2.1 Una precarietat endèmica.....	33
2.2.2 L'impacte de la crisi econòmica de 2008.....	34

2.2.2.1 Pèrdua de lectors i de publicitat.....	35
2.2.2.2 Dificultats per trobar un model de negoci digital viable.....	36
2.2.3 Les conseqüències de la crisi en el sistema mediàtic.....	37
2.2.3.1 Una major dependència política i econòmica.....	37
2.2.3.2 Reducció de personal i precarització del sector.....	39
2.2.4 Dimensions de la precarietat.....	42
2.2.4.1 Salari cada cop més baixos.....	43
2.2.4.2 Una creixent inestabilitat laboral.....	46
2.2.4.3 Sobrecàrrega de feina en l'era de la informació 24 hores.....	47
2.2.5 Els perfils de la precarietat.....	50
2.2.5.1 Dones: una desigualtat estructural.....	50
2.2.5.2 Joves: un llarg camí cap a l'estabilitat.....	53
2.2.5.3 Treballadors digitals: un "refugi" enverinat.....	56
2.2.5.4 Autònoms: la inestabilitat com a estil de vida	59
2.3 El marc social en l'exercici del periodisme	60
2.3.1 La funció social del periodisme.....	61
2.3.2 Una professió qüestionada i amb problemes d'identitat.....	64
2.3.2.1 Descens de la credibilitat.....	64
2.3.2.2 La deontologia com a tret distintiu.....	67
2.3.3 Ètica personal vs ètica corporativa.....	69
2.4 La recerca sobre precarietat i ètica.....	72
2.4.1 Ètica i precarietat, un binomi poc estudiat.....	72
2.4.2 Les investigacions a Catalunya i Espanya.....	75
2.4.2.1 Projectes d'àmbit català.....	76
2.4.2.2 Projectes d'àmbit espanyol.....	79
2.5 Els principis bàsics de l'ètica periodística	81
2.5.1 Principi de veritat.....	86
2.5.2 Principi de llibertat.....	89
2.5.3 Principi de justícia.....	91
2.5.4 Principi de responsabilitat.....	91
2.5.5 Nous formats, vells principis.....	92
2.6 Precarietat i ètica: possibles conseqüències.....	95
2.6.1 Veritat i precarietat.....	95
2.6.1.1 L'era de les notícies falses.....	95
2.6.1.2 Errors i manca de precisió.....	98
2.6.1.3 Còpia de continguts no contrastats.....	100
2.6.1.4 Sensacionalisme: de la teledeixalla al "clic bait".....	102
2.6.1.5 Identitats falses, mètodes il·lícits i procediments enganyosos....	105
2.6.2 Llibertat i precarietat.....	107
2.6.2.1 Major submissió a pressions polítiques i econòmiques.....	107

a) La influència del poder polític.....	109
b) La pressió del poder econòmic.....	111
2.6.2.2 Mercantilització de la informació: el “branded content” i les noves fórmules comercials.....	115
2.6.2.3 Autocensura: l’amença invisible.....	117
2.6.2.4 Conflictes d’interès.....	117
2.6.3 Justícia i precarietat.....	120
2.6.3.1 Accés limitat de les fonts a l’esfera pública.....	120
2.6.3.2 El risc d’exclusió dels col·lectius més desfavorits.....	121
2.6.3.3 La presumpció d’innocència.....	123
2.6.4 Responsabilitat i precarietat.....	125
2.6.4.1 Invasió de la intimitat..	125
2.6.4.2 Dret a la pròpia imatge.....	128
2.7 Mecanismes de protecció ètica i professional a Catalunya i Espanya.....	129
2.7.1 Una escassa mobilització col·lectiva.....	129
2.7.1.1 L’associacionisme periodístic en l’àmbit espanyol.....	129
2.7.1.2 L’associacionisme periodístic en l’àmbit català.....	131
2.7.2 Els instruments de regulació i autoregulació.....	133
2.7.2.1 Mecanismes de regulació: la llei com a límit.....	134
a) Els debats sobre la regulació.....	134
b) Els intents de regulació internacional.....	137
c) La regulació a Espanya i Catalunya.....	138
I. Regulació a Espanya.....	138
II. Regulació a Catalunya.....	141
2.7.2.2 Instruments d’autoregulació.....	142
a) Autoregulació: “disfressa” o eficàcia?	142
b) Principals instruments d’autoregulació.....	147
I. Els codis deontològics.....	147
II. Els consells de premsa.....	151
III. Els estatuts de redacció.....	152
IV. Els defensors del lector.....	154
V. Nous sistemes de rendiment de comptes online.....	155
Sumari capítol 3.....	156
3. METODOLOGIA.....	157
3.1 Elecció i justificació de les metodologies.....	157
3.1.1 Justificació d’ús de l’enquesta.....	158
3.1.2 Justificació d’ús de les entrevistes en profunditat.....	159
3.1.3 Directrius ètiques.....	161
3.2 Metodologia quantitativa: l’enquesta.....	161
3.2.1 Definició de l’univers i selecció de la mostra.....	162

3.2.1.1 Un univers difícil de determinar.....	162
3.2.1.2 Criteris de selecció dels participants.....	163
3.2.2 Definició de variables.....	166
3.2.2.1 Indicadors de la precarietat laboral.....	167
3.2.2.2 Indicadors de la deontologia	171
3.2.3 Contingut del qüestionari.....	172
3.2.3.1 Primer bloc: situació personal i professional.....	174
3.2.3.2 Segon bloc: valoració de les condicions laborals.....	174
3.2.3.3 Tercer bloc: avaluació dels comportaments ètics.....	175
3.2.4 Distribució de l'enquesta.....	176
3.3 Metodologia qualitativa: les entrevistes en profunditat.....	179
3.3.1 Les entrevistes a professionals.....	180
3.3.1.1 Selecció dels participants.....	180
3.3.1.2 Disseny dels qüestionaris.....	183
3.3.1.3 Realització de les entrevistes.....	184
3.3.2 Les entrevistes a experts.....	185
3.3.2.1 Selecció dels participants.....	185
3.3.2.2 Disseny i realització de les entrevistes.....	188
Sumari capítol 4.....	190
4. RESULTATS: ANÀLISI QUANTITATIVA	194
4.1 La situació laboral dels periodistes a Catalunya	194
4.1.1 Característiques sociodemogràfiques	194
4.1.1.1 Una professió nodrida de joves	195
4.1.1.2 Acceleració de la feminització	196
4.1.1.3 Alta formació i especialització	198
4.1.1.4 Trajectòries professionals poc extenses.....	201
4.1.2 Característiques del mercat laboral.....	204
4.1.2.1 Gabinetes i mitjans digitals, nous nínxols d'ocupació.....	204
a) Joves i mitjans digitals	207
b) Més presència femenina en gabinetes i televisió.....	209
c) La pluriocupació, un fenomen habitual.....	210
4.1.2.2 Els mitjans locals, un motor laboral.....	213
4.1.2.3 Més ocupació privada que pública.....	216
4.1.3 Condicions laborals dels professionals.....	218
4.1.3.1 Falta d'estabilitat: escassetat de contractes a temps complet.....	218
a) Uns inicis poc estables.....	220

b) Les dones, víctimes de la inestabilitat.....	223
c) El nivell de formació, un factor irrellevant.....	225
d) L'experiència, una porta cap a l'estabilitat	227
e) La falta de contractes en l'àmbit digital.....	230
f) Inestabilitat en l'àmbit espanyol i internacional.....	232
g) El sector públic, líder en contractes a temps complet.....	234
4.1.3.2 Falta d'estabilitat: escassetat de contractes indefinits.....	235
a) Una quimera abans dels 40 anys.....	236
b) El gènere, de nou un factor clau.....	238
c) Nova irrellevància del nivell d'estudis.....	239
d) La llarga experiència requerida.....	240
e) La precarietat dels mitjans digitals.....	242
f) La importància de l'àmbit territorial.....	244
g) Sense diferències entre els sectors públic i privat.....	245
4.1.3.3 Categories professionals poc estandarditzades.....	246
a) L'edat, variable determinant.....	247
b) Els homes, amb categories més altes.....	249
c) La falta d'estudis no impedeix l'ascens.....	250
d) L'experiència garanteix millors càrrecs.....	252
4.1.3.4 Salaries cada cop més baixos	253
a) Un problema essencial per als joves.....	255
b) Salaries més elevats entre els homes.....	258
c) La formació no garanteix un millor salari.....	259
d) Més de setze anys per assolir un bon sou.....	261
e) Precarietat salarial en l'àmbit digital.....	264
f) Sous més baixos en l'àmbit local.....	267
g) Retribucions superiors a l'empresa pública.....	269
h) La inestabilitat genera baixos ingressos.....	271
i) Contractes indefinits, sous més elevats.....	273
j) Estreta correlació entre categoria i salari.....	274
4.2 Percepció de la precarietat per part dels professionals.....	277
4.2.1 Grau de satisfacció amb les condicions laborals.....	277
4.2.1.1 Resignació davant la precarietat.....	278
a) Insatisfacció entre els joves	279
b) Pitjor valoració de les dones.....	280
c) Major formació, major decepció.....	281
d) Com més experiència, millor valoració.....	282
e) Preocupació entre els mitjans impresos i digitals.....	283
f) Baixa valoració dins l'àmbit local.....	285
g) Major satisfacció entre els treballadors públics.....	286
h) El contracte laboral, motiu de satisfacció.....	287

i) El contracte indefinit, un factor decisiu.....	288
j) Millor categoria, més satisfacció.....	289
k) El salari, variable determinant.....	290
4.2.2 Evolució de les condicions laborals.....	291
4.2.2.1 Un pessimisme generalitzat.....	292
a) Una major preocupació entre els veterans.....	292
b) Més pessimisme entre els homes.....	294
c) Menys formació, més vulnerabilitat	295
d) La nostàlgia dels més veterans.....	296
e) La premsa, el sector més perjudicat.....	298
f) L'àmbit internacional, l'únic que escapa de la crisi.....	300
g) Pitjor evolució per als treballadors privats.....	301
h) La inestabilitat empitjora la situació.....	302
i) La preocupació de no tenir contracte.....	304
j) Un pessimisme estès a totes les categories.....	306
k) El salari determina la percepció.....	307
4.2.2.2 Valoracions dels participants sobre l'evolució professional.....	309
a) Pitjors salaris, més feina i pèrdua d'estabilitat.....	309
b) Millores insuficients o pas a la comunicació corporativa.....	312
c) Estabilitzar-se dins la precarietat	314
4.2.3 Principals causes de preocupació laboral.....	316
4.2.4 Influència de les condicions laborals en l'exercici professional	318
4.2.4.1 Una correlació directa entre condicions i pràctica.....	318
a) Els joves, el col·lectiu més condicionat.....	319
b) La mateixa influència per a ambdós gèneres.....	320
c) Més formació, major influència.....	321
d) Els inicis professionals, més condicionats.....	322
e) Major influència sobre els treballadors digitals.....	323
f) Els condicionants dels mitjans d'abast espanyol.....	324
g) Sense diferències segons la titularitat de l'empresa.....	326
h) La independència que dona un contracte a temps complet...	326
i) El condicionant de la falta de contracte.....	328
j) Major preocupació entre les categories més baixes.....	329
k) La influència de la precarietat salarial.....	330
4.3 Comportaments ètics dels professionals	331
4.3.1 Relació entre la precarietat i els quatre principis ètics.....	331
4.3.1.1 El "preu" d'una feina	331

a) Els joves, obligats a fer més renúncies.....	332
b) Les dones, més vulnerables.....	333
c) La formació en Periodisme, garantia d'ètica.....	334
d) El període de consolidació, un risc per a l'ètica.....	336
e) Més concessions en l'àmbit digital.....	337
f) La preocupació dels treballadors de mitjans espanyols	338
g) Majors renúncies dins l'àmbit privat.....	339
h) La inestabilitat, factor de renúncia.....	340
i) Un contracte indefinit, element de llibertat.....	342
j) El cost de l'ascens professional.....	343
k) Els salaris més baixos generen més renúncies.....	345
4.3.2 Influència de la precarietat en l'actitud davant dels principis ètics.....	346
4.3.2.1 Efectes sobre el principi de llibertat.....	346
a) Els joves, més limitats.....	350
b) Una qüestió de gènere	354
c) El nivell d'estudis, un factor sense influència.....	359
d) Limitacions durant tota la carrera professional.....	364
e) Menys llibertat en el sector digital.....	370
f) La rellevància del context polític	375
g) Major limitació en els mitjans privats.....	379
h) El "cost ètic" de tenir un contracte laboral.....	383
i) La temporalitat, factor de risc.....	389
j) Més responsabilitat, menys llibertat.....	394
k) Sacrificar llibertat per a un millor salari.....	400
4.3.2.2 Efectes sobre el principi de veritat.....	405
a) Els joves, més proclius al clic-bait i la còpia.....	408
b) La variable de gènere, sense influència.....	410
c) La importància de la formació especialitzada.....	411
d) La falta d'experiència, clau però no determinant.....	414
e) Els riscos dels mitjans digitals.....	416
f) El periodisme de proximitat, més exposat.....	419
g) Relativa influència de la titularitat de l'empresa.....	421
h) Més "costos ètics" de tenir contracte	422
i) Renúncies per mantenir l'estabilitat.....	425
j) El paper clau dels càrrecs de responsabilitat.....	428
k) Limitada incidència de la precarietat salarial.....	431
4.3.2.3 Efectes sobre el principi de justícia.....	434
a) Noves càrregues per a l'estabilització dels joves.....	435
b) Ambdós gèneres, mateixa actitud.....	436
c) Més formació, major vulnerabilitat.....	437
d) Més experiència, noves renúncies.....	438

e) El tipus de mitjà, variable no determinant.....	440
f) Major preocupació dins l'àmbit local.....	442
g) La titularitat de l'empresa, irrellevant.....	444
h) Més llibertat per als autònoms.....	444
i) Els requeriments d'un contracte indefinit.....	446
j) El càrrec torna a requerir costos.....	447
k) El salari, no influent en aquest cas.....	448
4.3.2.4 Efectes sobre el principi de responsabilitat.....	449
Sumari capítol 5.....	451
5. RESULTATS: ANÀLISI QUALITATIVA.....	455
5.1 Les visions dels professionals.....	455
5.1.1 Dimensions de la precarietat laboral.....	456
5.1.1.1 Causes de la precarietat.....	456
a) Saturació del mercat laboral.....	456
b) Proliferació de mà d'obra gratuïta.....	459
c) Increment de la competència.....	462
d) L'amenaça de l'intrusisme professional.....	463
e) Desprestigi de la professió.....	466
5.1.1.2 Conseqüències de la precarietat en les condicions laborals.....	467
a) Baixos salaris.....	468
I. La necessitat de suport familiar.....	468
II. Una tendència a l'empitjorament.....	470
III. Una progressió cada cop més llarga i difícil.....	471
IV. L'esclatxa salarial entre el sector públic i privat.....	472
V. Una professió només per a privilegiats.....	473
VI. Una amenaça per a la qualitat de la informació.....	474
b) Una elevada inestabilitat.....	475
I. Autònoms per obligació, no per vocació.....	476
II. Les renúncies que implica l'estabilitat.....	477
III. La distància entre autònoms i redacció.....	478
IV. Les conseqüències de la inestabilitat econòmica.....	479
V. La seguretat dels treballadors públics.....	480
5.1.1.3 Precarietat i rutines professionals.....	481
a) Excés de feina.....	481
I. Reduccions de plantilla i sobrecàrrega laboral.....	482
II. Hores extra no remunerades.....	483
III. Immediatesa i polivalència forçosa.....	484
b) Horaris laborals poc conciliadors.....	486

I. Una alta disponibilitat.....	487
II. La “llibertat viciada” dels autònoms.....	488
III. Una major preocupació entre les dones.....	489
c) Els condicionants de la maternitat.....	491
I. Un fre per a la carrera professional.....	492
II. Difícil accés als càrrecs de responsabilitat.....	493
5.1.1.4 Efectes de la precarietat en la qualitat informativa	494
a) Insatisfacció respecte el producte elaborat.....	494
I. Una major preocupació entre els veterans.....	495
II. La precarietat genera més pessimisme.....	496
b) La influència dels condicionants polítics.....	497
I. Els mitjans públics, en el punt de mira.....	497
II. Ideologia al servei de la rendibilitat.....	499
III. La vulnerabilitat dels mitjans locals.....	500
IV. Pressions internes i jeràrquiques.....	501
V. Els riscos de la proximitat amb els polítics.....	503
c) La influència dels anunciants i/o patrocinadors.....	503
I. Limitació de la llibertat d’expressió.....	504
II. Proliferació de continguts de baix cost.....	505
III. Major pressió sobre els càrrecs de responsabilitat...	506
5.1.1.5 El risc d’apagar la vocació.....	507
a) El motor de la passió.....	507
b) L’apreciada llibertat dels autònoms.....	509
c) La precarietat, causa de desgast.....	510
5.1.2 La moral individual, per sobre la col·lectiva.....	511
5.1.2.1 L’ètica, una qüestió de caràcter intern.....	512
5.1.2.2 Manca d’una cultura de treball compartida.....	513
5.1.2.3 Mitjans públics, ètica i <i>accountability</i>	515
5.1.3 Les conseqüències de la precarietat en la deontologia.....	516
5.1.3.1 Efectes sobre el principi de llibertat.....	516
a) Publicació, modificació i/o eliminació d’informació per exigència d’un superior.....	517
I. Biaix ideològic i sensacionalisme, els problemes més freqüents.....	518
II. Els joves en situació inestable, els més vulnerables..	519
III. El marge de llibertat dels autònoms.	521
IV. La importància dels mecanismes d’autoregulació....	522
b) Publicació, modificació i/o eliminació d’informació per adequar-se a la línia editorial del mitjà.....	524
I. Docilitat per conservar la feina.....	524
II. Augment de les “contractacions ideològiques”.....	526
III. El debat sobre la responsabilitat ideològica.....	527

IV. La retirada de la signatura com a exempció de responsabilitat.....	528
c) Autolimitació davant de continguts que poden perjudicar el mitjà on es treballa.....	529
I. De la censura política a l'autolimitació econòmica....	529
II. La confiança atorgada per l'estabilitat laboral.....	531
III. El fre de la por a perdre el càrrec.....	531
IV. La rendibilitat limita l'esfera pública.....	532
V. El ressorgiment de l'autocensura política.....	533
d) Conflictes d'interès: el delicat equilibri entre informació i publicitat.....	534
I. Una fórmula per complementar els salaris.....	535
II. Les majors reticències, per part dels joves.....	536
e) Fer passar per informacions continguts que en realitat són patrocinats: l'auge del "branded content".....	536
I. Resignació davant d'un format considerat nociu però inevitable.....	537
II. Una pràctica estructural gestionada pels càrrecs intermedis.....	538
5.1.3.2 Efectes sobre el principi de veritat.....	540
a) Tot per l'audiència: la tirania del clic.....	540
I. Un pràctica generalitzada que desprestigia la professió.....	541
II. Resignació davant les urgències econòmiques.....	542
III. Els mitjans públics i els internacionals, més lliures de "clics".....	544
IV. Reivindicació d'una major educació mediàtica.....	545
b) Plagi: el risc de copiar informacions sense contrastar.....	546
I. La falta de personal, un factor clau	546
II. Uniformització de continguts i propagació de notícies falses.....	547
III. Els autònoms, obligats a oferir un "extra" de qualitat.....	548
5.1.3.3 Efectes sobre el principi de justícia.....	550
a) Dificultat per oferir més d'una versió dels fets.....	550
I. Manca de temps i excessiva càrrega laboral	550
II. Un nou factor de risc per a la propagació de notícies falses.....	552
III. Els mitjans públics, més obligats a garantir la pluralitat	553
5.1.3.4 Efectes sobre el principi de responsabilitat.....	554
a) El respecte a la privacitat.....	554
I. Una qüestió més moral que legal.....	555
II. L'empatia, el factor clau.....	555
III. La doble pressió de les empreses i la competència..	556

5.1.4 Perspectives de futur.....	558
5.1.4.1 Un pronòstic poc esperançador.....	558
a) Una professió imprescindible però cada cop més precària.....	559
b) La premsa, considerada en risc de desaparèixer.....	561
c) Els debats sobre la comunicació corporativa.....	562
d) Conscienciar que la qualitat té un cost.....	563
5.1.4.2 El paper de les associacions professionals.....	564
5.2 L'opinió dels experts.....	567
5.2.1 Reflexions sobre la precarietat laboral	567
5.2.1.1 Un mercat laboral inestable, saturat i precari.....	568
a) Necessitat de redimensionar els estudis universitaris.....	568
b) Evitar abusos en les pràctiques universitàries.....	570
c) “Expulsió” dels professionals més veterans.....	572
d) Les dificultats per superar la desigualtat de gènere.....	573
e) Autònoms, “el graó més dèbil” de la cadena.....	575
5.2.1.2 Els periodistes davant la precarietat: víctimes o responsables?.....	577
a) Ni “herois” ni “màrtirs de la democràcia”	577
b) Sense justificació per a una mala praxis.....	579
5.2.2 Reflexions sobre la incidència de la precarietat en la deontologia.....	580
5.2.2.1 Docilitat i publicitat encoberta, els dos principals reptes.....	581
a) Precarietat, submissió i autocensura.....	581
b) Periodisme, publicitat i conflictes d'interès.....	583
5.2.2.2 Fórmules de transmissió de l'ètica periodística.....	584
a) L'actitud dels més joves, focus de preocupació.....	584
b) Necessitat de reforçar les assignatures deontològiques.....	585
c) La dificultat de mantenir referents.....	586
5.2.3 El difícil equilibri entre autoregulació i llibertat d'expressió.....	587
5.2.3.1 L'autoregulació, la millor via.....	587
5.2.3.2 Rebuig a la capacitat sancionadora.....	589
5.2.3.3 La necessitat d'implicar les empreses.....	590
5.2.3.4 La col·legiació obligatòria, poc factible.....	591
5.2.4 Perspectives de futur.....	593
5.2.4.1 L'individualisme, un hàndicap per a la lluita col·lectiva.....	594
5.2.4.2 Recuperar la confiança de la ciutadania.....	595
a) Enduriment de la lluita contra les notícies falses.....	596
b) Un major grau d'educació mediàtica.....	598
5.2.4.3 Nous nínxols de mercat.....	600
a) La comunicació corporativa.....	600
b) Emprenedoria digital.....	602
5.2.4.4 Un futur en precari.....	603

Sumari capítol 6.....	607
6. CONCLUSIONS I DISCUSSIÓ	608
6.1 La precarietat, un problema endèmic per al periodisme.....	610
6.1.1 Un sector inestable i amb uns sous molt baixos.....	610
6.1.2 Joves, dones, digitals i privats: els perfils de la precarietat.....	612
6.2. La precarietat com a condicionant de la pràctica periodística.....	616
6.2.1 Unes condicions precàries perjudiquen la qualitat de la informació	616
6.2.2 Un clima de pessimisme i resignació.....	619
6.3 Influència de la precarietat en la deontologia	621
6.3.1 Mantenir un lloc de treball pot requerir renúncies ètiques.....	621
6.3.2 Un condicionant tant directe com indirecte	623
6.4 Llibertat i veritat, els principis ètics més amenaçats.....	627
6.4.1 Les pressions internes, principals condicionants.....	628
6.4.2 Una moral individual i condicionada per la precarietat	632
6.5 Un futur incert per a una professió en crisi.....	634
6.5.1 El periodisme després de la Covid-19.....	634
6.5.2 Reptes per a resoldre una crisi estructural.....	639
6.5.3 Futures línies de recerca.....	643
7. REFERÈNCIES.....	647
8. ANNEXOS.....	664
A. Qüestionari de l'enquesta.....	664
B. Perfils dels professionals entrevistats	672
C. Transcripció de les entrevistes als professionals.....	682
D. Currículums dels experts entrevistats.....	897
E. Transcripció de les entrevistes als experts.....	903

Llistat de taules

	Pàg.
Taula 1.1 Propòsits de la recerca.....	4
Taula 1.2 Relació entre hipòtesis, objectius i preguntes de recerca.....	7
Taula 2.1 Tesaure de principis ètics proposat per Salvador Alsius.....	85
Taula 3.1 Indicadors de les característiques sociodemogràfiques.....	168
Taula 3.2 Variables vinculades al lloc de treball	169
Taula 3.3 Variables vinculades a les condicions laborals.....	170
Taula 3.4 Supòsits ètics avaluats.....	171
Taula 3.5 Distribució de l'enquesta.....	179
Taula 3.6 Relació de professionals entrevistats i variables	181
Taula 3.7 Estructura dels qüestionaris a professionals.....	184
Taula 3.8 Perfils dels experts	186
Taula 4.1 Edat.....	196
Taula 4.2 Gènere.....	196
Taula 4.3 Nivell d'estudis	198
Taula 4.4 Anys d'experiència professional.....	202
Taula 4.5 Tipus de mitjà.....	206
Taula 4.6 Grau de pluriocupació	211
Taula 4.7 Àmbit territorial.....	213
Taula 4.8 Titularitat de l'empresa.....	217
Taula 4.9 Situació laboral.....	220
Taula 4.10 Tipus de contracte.....	236
Taula 4.11 Categoria professional.....	246
Taula 4.12 Salaris.....	254
Taula 4.13 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons l'edat	280
Taula 4.14. Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el gènere.....	280
Taula 4.15 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el nivell d'estudis	281

Taula 4.16 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons l'experiència	283
Taula 4.17 Grau de satisfacció amb els condicions laborals segons el tipus de mitjà...	285
Taula 4.18 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons l'àmbit territorial	286
Taula 4.19 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons la titularitat de l'empresa.....	287
Taula 4.20 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons la situació laboral	288
Taula 4.21 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el tipus de contracte.....	289
Taula 4.22 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons la categoria professional.....	290
Taula 4.23 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el salari.....	291
Taula 4.24 Evolució de les condicions laborals	292
Taula 4.25 Grau d'influència de les condicions laborals segons l'edat.....	320
Taula 4.26 Grau d'influència de les condicions laborals segons el gènere.....	320
Taula 4.27 Grau d'influència de les condicions laborals segons el nivell d'estudis	321
Taula 4.28 Grau d'influència de les condicions laborals segons els anys d'experiència professional.....	323
Taula 4.29 Grau d'influència de les condicions laborals segons el tipus de mitjà.....	324
Taula 4.30 Grau d'influència de les condicions laborals segons l'àmbit territorial.....	325
Taula 4.31. Grau d'influència de les condicions laborals segons la titularitat de l'empresa	326
Taula 4.32 Grau d'influència de les condicions laborals segons la situació laboral.....	327
Taula 4.33 Grau d'influència de les condicions laborals segons el tipus de contracte	328
Taula 4.34 Grau d'influència de les condicions laborals segons la categoria.....	329
Taula 4.35 Grau d'influència de les condicions laborals segons el salari.....	331
Taula 4.36 Renúncies a l'ètica per motius laborals.....	332
Taula 4.37 Supòsits vinculats al principi de llibertat.....	349
Taula 4.38 Supòsits vinculats al principi de veritat.....	407
Taula 4.39 Supòsits vinculats al principi de justícia.....	435
Taula 4.40 Supòsits vinculats al principi de responsabilitat.....	450

Llistat de gràfics

	Pàg.
Gràfic 1. Relació de variables entre gènere i edat.....	197
Gràfic 2. Relació de variables entre edat i nivell d'estudis.....	200
Gràfic 3. Relació de variables entre gènere i nivell d'estudis.....	201
Gràfic 4. Relació de variables entre gènere i anys d'experiència professional.....	204
Gràfic 5. Relació de variables entre edat i tipus de mitjà.....	209
Gràfic 6. Relació de variables entre gènere i tipus de mitjà.....	210
Gràfic 7. Relació de variables entre edat i àmbit territorial.....	215
Gràfic 8. Relació de variables entre gènere i àmbit territorial.....	216
Gràfic 9. Relació de variables entre edat i titularitat de l'empresa.....	218
Gràfic 10. Relació de variables entre edat i situació laboral.....	223
Gràfic 11. Relació de variables entre gènere i situació laboral.....	225
Gràfic 12. Relació de variables entre nivell d'estudis i situació laboral.....	227
Gràfic 13. Relació de variables entre anys d'experiència i situació laboral.....	230
Gràfic 14. Relació de variables entre tipus de mitjà i situació laboral.....	232
Gràfic 15. Relació de variables entre àmbit territorial i situació laboral.....	233
Gràfic 16. Relació de variables entre titularitat de l'empresa i situació laboral.....	235
Gràfic 17. Relació de variables entre edat i tipus de contracte.....	237
Gràfic 18. Relació de variables entre gènere i tipus de contracte.....	238
Gràfic 19. Relació de variables entre nivell d'estudis i tipus de contracte.....	240
Gràfic 20. Relació de variables entre tipus de contracte i anys d'experiència.....	242
Gràfic 21. Relació de variables entre el tipus de contracte i el tipus de mitjà.....	244
Gràfic 22. Relació de variables entre àmbit territorial i tipus de contracte.....	245
Gràfic 23. Relació de variables entre titularitat de l'empresa i tipus de contracte.....	246
Gràfic 24. Relació de variables entre edat i categoria professional.....	248
Gràfic 25. Relació de variables entre gènere i categoria professional.....	250
Gràfic 26. Relació de variables entre nivell d'estudis i categoria professional.....	251
Gràfic 27. Relació de variables entre anys d'experiència i categoria professional.....	253

Gràfic 28. Relació de variables entre edat i salari.....	257
Gràfic 29. Relació de variables entre gènere i salari.....	259
Gràfic 30. Relació de variables entre nivell d'estudis i salari.....	261
Gràfic 31. Relació de variables entre anys d'experiència i salari.....	263
Gràfic 32. Relació de variables entre tipus de mitjà i salari.....	266
Gràfic 33. Relació de variables entre àmbit territorial i salari.....	268
Gràfic 34. Relació de variables entre titularitat de l'empresa i salari.....	269
Gràfic 35. Relació de variables entre situació laboral i salari.....	273
Gràfic 36. Relació de variables entre tipus de contracte i salari.....	274
Gràfic 37. Relació de variables entre categoria professional i salari.....	277
Gràfic 38. Grau de satisfacció amb les condicions laborals.....	279
Gràfic 39. Evolució de les condicions laborals segons l'edat.....	294
Gràfic 40. Evolució de les condicions laborals segons el gènere.....	295
Gràfic 41. Evolució de les condicions laborals segons el nivell d'estudis.....	296
Gràfic 42. Evolució de les condicions laborals segons els anys d'experiència.....	298
Gràfic 43. Evolució de les condicions laborals segons el tipus de mitjà.....	300
Gràfic 44. Evolució de les condicions laborals segons l'àmbit territorial.....	301
Gràfic 45. Evolució de les condicions laborals segons la titularitat de l'empresa.....	302
Gràfic 46. Evolució de les condicions laborals segons la situació laboral.....	304
Gràfic 47. Evolució de les condicions laborals segons el tipus de contracte.....	305
Gràfic 48. Evolució de les condicions laborals segons la categoria professional.....	307
Gràfic 49. Evolució de les condicions laborals segons el salari.....	309
Gràfic 50. Principals causes de preocupació laboral.....	318
Gràfic 51. Grau d'influència de les condicions laborals en la pràctica professional.....	319
Gràfic 52. Renúncies a l'ètica professional segons l'edat.....	333
Gràfic 53. Renúncies a l'ètica professional segons el gènere.....	334
Gràfic 54. Renúncies a l'ètica professional segons el nivell d'estudis.....	335
Gràfic 55. Renúncies a l'ètica professional segons els anys d'experiència.....	337
Gràfic 56. Renúncies a l'ètica professional segons el tipus de mitjà.....	338

Gràfic 57. Renúncies a l'ètica professional segons l'àmbit territorial.....	339
Gràfic 58. Renúncies a l'ètica professional segons la titularitat de l'empresa.....	340
Gràfic 59. Renúncies a l'ètica professional segons la situació laboral.....	341
Gràfic 60. Renúncies a l'ètica professional segons el tipus de contracte.....	342
Gràfic 61. Renúncies a l'ètica professional segons la categoria.....	344
Gràfic 62. Renúncies a l'ètica professional segons el salari.....	346
Gràfic 63. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons l'edat.....	351
Gràfic 64. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons l'edat.....	352
Gràfic 65. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons l'edat.....	352
Gràfic 66. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons l'edat.....	353
Gràfic 67. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons l'edat.....	354
Gràfic 68. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el gènere.....	356
Gràfic 69. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el gènere.....	356
Gràfic 70. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el gènere.....	357
Gràfic 71. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el gènere.....	357
Gràfic 72. Publicar continguts que en realitat són patrocinats segons el gènere.....	358
Gràfic 73. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el nivell d'estudis.....	360
Gràfic 74. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el nivell d'estudis.....	361
Gràfic 75. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el nivell d'estudis.....	361
Gràfic 76. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el nivell d'estudis.....	362
Gràfic 77. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons el nivell d'estudis.....	363

Gràfic 78. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons els anys d'experiència.....	366
Gràfic 79. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons els anys d'experiència.....	366
Gràfic 80. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons els anys d'experiència.....	367
Gràfic 81. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons els anys d'experiència.....	368
Gràfic 82. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons els anys d'experiència.....	369
Gràfic 83. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el tipus de mitjà.....	371
Gràfic 84. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el tipus de mitjà.....	372
Gràfic 85. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el tipus de mitjà.....	372
Gràfic 86. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el tipus de mitjà.....	373
Gràfic 87. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons el tipus de mitjà.....	374
Gràfic 88. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons l'àmbit territorial.....	376
Gràfic 89. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons l'àmbit territorial.....	376
Gràfic 90. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons l'àmbit territorial.....	377
Gràfic 91. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons l'àmbit territorial.....	377
Gràfic 92. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons l'àmbit territorial.....	378
Gràfic 93. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons la titularitat de l'empresa.....	380
Gràfic 94. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons la titularitat de l'empresa.....	380
Gràfic 95. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons la titularitat de l'empresa.....	381

Gràfic 96. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons la titularitat de l'empresa.....	381
Gràfic 97. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons la titularitat de l'empresa.....	382
Gràfic 98. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons la situació laboral.....	385
Gràfic 99. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons la situació laboral.....	386
Gràfic 100. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons la situació laboral.....	386
Gràfic 101. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons la situació laboral.....	387
Gràfic 102. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons la situació laboral.....	388
Gràfic 103. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el tipus de contracte.....	391
Gràfic 104. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el tipus de contracte.....	391
Gràfic 105. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el tipus de contracte.....	392
Gràfic 106. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el tipus de contracte.....	393
Gràfic 107. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons el tipus de contracte.....	394
Gràfic 108. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons la categoria professional.....	397
Gràfic 109. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons la categoria professional.....	397
Gràfic 110. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons la categoria professional.....	398
Gràfic 111. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons la categoria professional.....	399
Gràfic 112. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons la categoria professional.....	399
Gràfic 113. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el salari.....	402

Gràfic 114. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el salari.....	402
Gràfic 115. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el salari.....	403
Gràfic 116. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el salari.....	404
Gràfic 117. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons el salari.....	405
Gràfic 118. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons l'edat.....	408
Gràfic 119. Còpia d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons l'edat.....	409
Gràfic 120. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el gènere.....	410
Gràfic 121. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el gènere.....	411
Gràfic 122. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el nivell d'estudis.....	412
Gràfic 123. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el nivell d'estudis.....	413
Gràfic 124. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons els anys d'experiència professional.....	415
Gràfic 125. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons els anys d'experiència professional.....	416
Gràfic 126. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el tipus de mitjà.....	417
Gràfic 127. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el tipus de mitjà.....	418
Gràfic 128. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons l'àmbit territorial.....	420
Gràfic 129. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons l'àmbit territorial.....	420
Gràfic 130. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons la titularitat de l'empresa.....	421
Gràfic 131. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons la titularitat de l'empresa.....	422
Gràfic 132. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons la situació laboral.....	423

Gràfic 133. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons la situació laboral.....	424
Gràfic 134. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el tipus de contracte.....	426
Gràfic 135. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el tipus de contracte.....	427
Gràfic 136. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons la categoria professional.....	429
Gràfic 137. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons la categoria professional.....	430
Gràfic 138. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el salari.....	432
Gràfic 139. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el salari.....	433
Gràfic 140. Donar només una versió dels fets segons l'edat.....	436
Gràfic 141. Donar només una versió dels fets segons el gènere.....	437
Gràfic 142. Donar només una versió dels fets segons el nivell d'estudis.....	438
Gràfic 143. Donar només una versió dels fets segons els anys d'experiència professional.....	440
Gràfic 144. Donar una sola versió dels fets segons el tipus de mitjà.....	441
Gràfic 145. Donar una sola versió dels fets segons l'àmbit territorial.....	443
Gràfic 146. Donar una sola versió dels fets segons la titularitat de l'empresa.....	444
Gràfic 147. Donar una sola versió dels fets segons la situació laboral.....	445
Gràfic 148. Donar una sola versió dels fets segons el tipus de contracte.....	446
Gràfic 149. Donar una sola versió dels fets segons la categoria professional.....	447
Gràfic 150. Donar una sola versió dels fets segons el salari.....	449

1. INTRODUCCIÓ

1.1 Objecte d'estudi

El periodisme és, des de fa anys, una professió immersa en múltiples crisis. L'eclosió d'Internet i les noves tecnologies de la informació ha sacsejat des de principis del segle XXI les formes de comunicació social, tot abocant-les a un nou context d'immediatesa, multidireccionalitat, multiplicitat d'emissors i gratuïtat de continguts en el qual la majoria d'empreses periodístiques encara no han aconseguit trobar un model de negoci rendible (Casero-Ripollés, 2010). Aquesta crisi, de caràcter estructural i que ha afectat especialment als mitjans escrits, ha coincidit amb la crisi econòmica que a partir de l'any 2008 va fer desplomar la publicitat -principal via de finançament de la indústria de la comunicació (Almiron, 2009, Reig, 2015)-, va obligar a tancar mitjans i va destruir milers de llocs de treball en el sector de la comunicació tant a Catalunya com a Espanya, tal com recullen les successives edicions de l'*Informe Anual de la Profesión Periodística* (Palacio, 2015, 2018, 2019). Però més enllà de l'àmbit econòmic, el periodisme també s'enfronta a una crisi de caràcter social, ja que la seva credibilitat i confiança s'estan veient cada cop més qüestionades per part de la ciutadania a conseqüència d'alguns fenòmens globals com la proliferació de notícies falses -especialment en l'àmbit digital- però també gràcies a fenòmens de caràcter més local com l'extrema polarització política i mediàtica que existeix tant en el marc català com espanyol, i que en el transcurs d'aquesta investigació s'ha vist especialment tensada pel procés independentista de Catalunya.

Aquestes múltiples crisis han acabat influint de forma negativa en les condicions laborals dels professionals que es dediquen a la comunicació, tot convertint el periodisme en una professió cada cop més precària, caracteritzada per uns salaris amb clara tendència a la baixa, una alta inestabilitat i escasses expectatives de promoció professional. En aquest context, doncs, no és d'estranyar que la precarietat laboral s'hagi convertit en la principal preocupació entre els professionals del sector, tal com constaten diverses investigacions sobre sociologia del periodisme realitzades durant els darrers anys en el marc català i espanyol (Cantalapiedra et al, 2000; Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009; Alsius et al,

2010; Maciá-Barber i Herrera-Damas, 2010; Figueras-Maz et al, 2012; García-Avilés et al, 2014; Palacio, 2015).

Les condicions laborals dels periodistes són un objecte d'estudi acadèmic relativament recent. A Catalunya i Espanya, aquesta línia de recerca es va iniciar a principis de l'any 2000, tot i que es va potenciar a partir de la crisi econòmica de 2008 i l'eclosió dels mitjans digitals, que han accelerat la precarització del sector. Un dels seus principals referents és *l'Informe Anual de la Profesió Periodística*, editat anualment per l'Asociación de la Prensa de Madrid (APM), que monitora l'evolució de la indústria al conjunt d'Espanya i posa una especial atenció en les condicions laborals dels seus treballadors (Palacio, 2015, 2018, 2019). A Catalunya no existeix cap projecte equivalent que permeti conèixer de forma actualitzada quines són les condicions laborals dels periodistes, tot i que serveixen com a referència el monogràfic *Llibre Blanc de la Profesió Periodística* (Soler et al, 2006) i *l'Informe de la Comunicació a Catalunya* editat per la UAB, que de forma bianual ofereix una radiografia de la situació en què es troba la indústria de la comunicació a Catalunya (Civil i López et al, 2019), tot i que no aprofundeix en les condicions laborals dels seus treballadors.

En els darrers anys, els estudis realitzats des de la perspectiva de l'economia política per autors com O'Neill (1992), Bagdikian (1999), McChesney (1999), McManus (1999), McNair (2005) i Hallin i Mancini (2008) han establert un marc de referència imprescindible que ha posat de manifest les profundes conseqüències que han tingut els condicionants polítics i econòmics -com la propietat, els anunciant, la rendibilitat, l'audiència i les polítiques de comunicació- en els continguts publicats i/o emesos pels mitjans, inclòs en l'ètica periodística. Tot i això, la possible influència que poden exercir unes condicions laborals sovint inestables i precàries en la deontologia professional és un fenomen que encara no ha merescut prou atenció acadèmica malgrat les reivindicacions d'autors com Harcup (2002), que defensa que una anàlisi integral de l'ètica periodística ha d'incloure les condicions laborals amb què es produeix.

La recerca sobre ètica del periodisme sí que gaudeix d'una llarga tradició acadèmica, ja que la gran influència social, política i cultural dels mitjans de comunicació ha convertit la deontologia en objecte d'estudi pràcticament des del mateix naixement de la professió (Bonete Perales, 1999). De les múltiples aportacions a la recerca sobre ètica periodística, la present investigació pren com a referència la teoria de la responsabilitat social, que defensa la informació com a bé d'interès públic en lloc de ser una simple mercaderia i que considera que la principal funció del periodisme consisteix en oferir informació veraç i contrastada a la ciutadania amb l'objectiu d'encoratjar el debat públic i permetre a la societat la presa de decisions raonades (O'Neill, 1992; Frost, 2000; Starck, 2001; Kovach i Rosenstiel, 2003; Singer, 2003; Hackett, 2005; Hayes et al, 2007; Christians, 2009; Keeble, 2009; Birsén, 2011). La teoria de la responsabilitat social és més necessària que mai en el context de Catalunya, on la falta de regulació de la professió -ja que el seu exercici no requereix estudis ni una col·legiació obligatòria- converteix l'ètica en el principal factor diferencial entre el periodisme i altres formes de comunicació. Dins l'àmbit català, una de les recerques deontològiques més ambicioses és el monogràfic *The ethical values of journalists: field research among media professionals in Catalonia* (Alsius et al, 2010), que en molts aspectes serveix com a referència per a aquesta recerca.

L'objectiu d'aquesta tesi és determinar si existeix una correlació directa entre la precarietat laboral que pateixen bona part dels periodistes que treballen a Catalunya i el grau de respecte que mostren davant dels principis ètics de la professió. Partint de la hipòtesi que la precarietat laboral fa més vulnerables els periodistes a l'hora de defensar la seva deontologia, aquesta investigació es proposa elaborar una radiografia de la precarietat en l'àmbit del periodisme a Catalunya, avaluar quines són les principals preocupacions dels professionals en relació amb les seves condicions de treball, conèixer quines són les actituds dels periodistes davant dels dilemes ètics que els planteja la seva pràctica professional i comprovar fins a quin punt aquestes actituds varien en funció de les condicions laborals. Per a fer-ho, s'utilitza una doble metodologia: l'enquesta, que permet traçar un retrat acurat de la situació actual tant de la deontologia com de les condicions laborals de la professió; i les entrevistes en profunditat a professionals i experts, que permeten interpretar, contextualitzar i aprofundir en els resultats numèrics obtinguts.

1.2 Objectius, hipòtesis i preguntes de recerca

La principal hipòtesi de la qual parteix aquesta investigació és que la precarietat laboral situa els periodistes en una posició de vulnerabilitat que dificulta la seva defensa dels principis ètics de la professió. L'objectiu principal de la recerca, doncs, és comprovar si el grau de precarietat de les condicions laborals dels periodistes que treballen a Catalunya influeix en la seva actitud davant dels dilemes ètics que els sorgeixen durant la pràctica professional. Per tal d'arribar a aquest objectiu, es parteix d'una pregunta d'investigació principal: **Influeixen les condicions laborals en les decisions ètiques dels periodistes que treballen a Catalunya?** A partir d'aquí, aquesta recerca es planteja cinc objectius específics acompanyats de les seves pròpies hipòtesis i preguntes de recerca.

Taula 1.1 Propòsits de la recerca

Hipòtesi principal	La precarietat laboral fa més vulnerables els periodistes que treballen a Catalunya a l'hora de defensar els principis ètics de la professió
Objectiu principal	Comprovar si el grau de precarietat de les condicions laborals dels periodistes que treballen a Catalunya influeix en la seva actitud davant dels dilemes ètics que se'ls plantegen
Pregunta principal d'investigació	Influeixen les condicions laborals en les decisions ètiques dels periodistes que treballen a Catalunya?

1.2.1 Objectius

L'objectiu principal d'aquesta tesi és comprovar quina influència té la precarietat laboral en les actituds dels periodistes davant dels dilemes ètics que els planteja la pràctica diària de la professió. A partir d'aquest objectiu principal (OP), s'estableixen cinc objectius específics (OE):

OE.1 Elaborar una radiografia actualitzada de les condicions laborals dels periodistes que treballen a Catalunya

OE.2 Determinar quins són els perfils professionals que experimenten unes condicions laborals més precàries

OE.3 Avaluar el grau de precarietat i les principals preocupacions dels professionals en relació amb les seves condicions de treball

OE.4 Comprovar si el comportament ètic dels periodistes que treballen a Catalunya varia en funció de les seves condicions laborals

OE.5 Conèixer quines són les actituds dels periodistes davant dels dilemes ètics que els planteja la seva pràctica professional

1.2.2 Hipòtesis

La hipòtesi central d'aquesta investigació és que la precarietat laboral fa més vulnerables els periodistes a l'hora de defensar els principis ètics de la professió. A partir d'aquesta hipòtesi principal (HP), i un cop analitzats els resultats d'estudis previs sobre sociologia i deontologia del periodisme a Catalunya i Espanya, s'estableixen cinc hipòtesis complementàries (HC):

HC.1 La precarietat laboral és un dels trets que defineixen la professió periodística a Catalunya

HC.2 Dins del conjunt de periodistes que treballen a Catalunya, els joves, les dones i els treballadors de mitjans digitals són els que tenen unes condicions més precàries

HC.3 La precarietat laboral és una de les principals preocupacions entre els professionals

HC.4 Els col·lectius que tenen unes condicions laborals més precàries vulneren els principis ètics de forma més freqüent que els que disposen d'una millor situació

HC.5 Els principis ètics del periodisme es veuen amenaçats per la precarietat laboral

1.2.3 Preguntes d'investigació

Com s'ha mencionat prèviament, aquesta investigació parteix d'una pregunta de recerca central: Influeixen les condicions laborals en les decisions ètiques dels periodistes que treballen a Catalunya? A partir d'aquesta pregunta principal (PP), la investigació es planteja entre una i dues preguntes específiques (PE) associades a cadascun dels objectius i hipòtesis complementàries, amb la voluntat d'aprofundir en els diferents aspectes de la investigació. Es tracta de les següents:

Preguntes vinculades a la HC.1 i OE.1:

PE.1 Quin és el perfil sociodemogràfic dels periodistes que treballen a Catalunya?

PE.2 Com són i com han evolucionat les condicions de treball dels periodistes a Catalunya?

Preguntes vinculades a la HC.2 i OE.2:

PE. 3 Quins són els perfils professionals que es veuen més afectats per la precarietat laboral?

Preguntes vinculades a la HC.3 i OE.3:

PE.4 Quin és el grau de satisfacció dels professionals respecte a les seves condicions laborals?

PE.5 Quins són els principals motius de preocupació laboral entre el col·lectiu?

Preguntes vinculades a la HC.4 i OE.4:

PE. 6 Varien les actituds dels periodistes davant dels dilemes ètics en funció de les seves condicions de treball?

PE.7 Com viuen, perceben i justifiquen els periodistes la possible influència de les condicions laborals en la seva ètica professional?

Preguntes vinculades a la HC.5 i OE.5:

PE.8 Quines actituds tenen els periodistes davant els dilemes ètics derivats de quatre principis ètics fonamentals com els de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat?

PE. 9 Quins són els principis ètics que es vulneren de forma més habitual?

A continuació es mostra una taula amb la relació entre les diferents hipòtesis, objectius i preguntes de recerca.

Taula 1.2 Relació entre hipòtesis, objectius i preguntes de recerca

Hipòtesi	Objectiu	Preguntes de recerca
HP. La precarietat laboral fa més vulnerables els periodistes a l'hora de defensar els principis ètics de la professió	OP. Comprovar si el grau de precarietat de les condicions laborals dels periodistes que treballen a Catalunya influeix en la seva actitud davant dels dilemes ètics que se'ls plantegen	PP. Influeixen les condicions laborals en les decisions de caràcter ètic dels periodistes que treballen a Catalunya?
HC.1 La precarietat laboral és un dels trets que defineixen la professió periodística a Catalunya, especialment en el cas dels joves, les dones i els treballadors de mitjans digitals	OE.1 Elaborar una radiografia actualitzada de les condicions laborals dels periodistes que treballen a Catalunya	PE.1 Quin és el perfil sociodemogràfic dels periodistes que treballen a Catalunya? PE.2 Com són i com han evolucionat les condicions de treball dels periodistes a Catalunya?
HC.2 Dins del conjunt de periodistes que treballen a Catalunya, els joves, les dones i els treballadors de mitjans digitals són els que tenen unes condicions més precàries	OE. 2 Determinar quins són els perfils professionals que experimenten unes condicions laborals més precàries	PE. 3 Quins són els perfils professionals que es veuen més afectats per la precarietat laboral?
HC.3 La precarietat laboral és una de les principals preocupacions dels	OE. 3 Avaluar el grau de precarietat i les principals preocupacions dels	PE.4 Quin és el grau de satisfacció dels

preocupacions dels professionals	professionals en relació amb les seves condicions de treball	professionals respecte a les seves condicions laborals? PE.5 Quins són els principals motius de preocupació laboral entre el col·lectiu?
HC.4 Els col·lectius que tenen unes condicions laborals més precàries vulneren els principis ètics de forma més freqüent que els que disposen d'una millor situació	OE.4 Comprovar si el comportament ètic dels periodistes que treballen a Catalunya varia en funció de les seves condicions laborals	PE. 6 Varien les actituds dels periodistes davant dels dilemes ètics en funció de les seves condicions de treball? PE. 7 Com viuen, perceben i justifiquen els periodistes la possible influència de les condicions laborals en la seva ètica professional?
HC.5 Els principis ètics de la professió es veuen amenaçats per la precarietat laboral	OE. 5 Conèixer quines són les actituds dels periodistes davant dels dilemes ètics que els planteja la seva pràctica professional	PE. 8 Quines actituds tenen els periodistes davant els dilemes ètics derivats dels principis de veritat, llibertat, justícia i responsabilitat? PE. 9 Quins són els principis ètics que es vulneren de forma més habitual?

1.3 Estructura de la tesi

Aquesta investigació està estructurada en cinc capítols, més enllà d'aquesta introducció. El marc teòric (capítol 2) aborda els dos conceptes que la investigació pretén relacionar. Inicialment es defineix el concepte integral de precarietat laboral que s'utilitza en aquesta tesi, basat en la visió integral d'autors com Neilson i Rossiter (2006), Brophy i de Peuter (2007), Cohen (2012) i Kennedy (2012), així com les diferents narratives -tant positives com negatives- que ha generat el concepte de precarietat. També es recullen les

investigacions sobre condicions laborals i ètica periodística que s'han realitzat en els darrers anys en el marc català i espanyol, i es dibuixa el marc econòmic i social que ha conduït fins a l'actual situació de les condicions laborals dels periodistes, tot establint les principals dimensions de la precarietat -baixos salaris, inestabilitat i sobrecàrrega de feina- i els principals perfils professionals que l'han experimentat fins ara. Dins l'àmbit de l'ètica periodística, es justifica l'elecció dels quatre principis ètics derivats del tesaure d'Alsus (1999, 2010) com a guia deontològica per a aquesta investigació i s'estableix quins són els potencials efectes que pot tenir la precarietat laboral en cadascun d'ells. També es dedica un apartat final als mecanismes de protecció deontològica i professional que existeixen tant a Catalunya com a Espanya.

L'apartat metodològic (capítol 3) justifica l'ús d'un mètode mixt que combina una metodologia quantitativa, basada en una enquesta anònima en la qual han participat 408 persones, i qualitativa, a partir d'entrevistes en profunditat a deu professionals en actiu i sis experts en periodisme de l'àmbit acadèmic i institucional. La recerca parteix de la limitació derivada de la falta de regulació de la professió periodística a Catalunya, ja que el fet de no requerir ni una formació ni una col·legiació obligatòries fa impossible determinar amb exactitud quin és l'univers de periodistes, i molt menys extreure'n una mostra estratificada. Tot i això, les 408 respostes són una xifra igual o superior a les utilitzades en estudis de naturalesa semblant, com el *Llibre Blanc de la Professió Periodística* (Soler et al, 2006) o el projecte europeu MediaAct (Fengler et al, 2015). En aquest apartat també s'estableixen quins seran els indicadors que s'utilitzaran tant per avaluar la precarietat laboral (indicadors socioeconòmics, variables vinculades al lloc de treball i variables vinculades a les condicions laborals) com l'ètica periodística (divuit supòsits derivats dels principis de veritat, llibertat, justícia i responsabilitat). En aquest darrer cas, la valoració es fa a través d'escala actitudinal amb les quals els participants poden assenyalar amb quina freqüència porten a terme determinades actituds.

L'anàlisi de resultats es divideix en dos apartats (capítols 4 i 5) en funció de la metodologia utilitzada. Per analitzar els resultats de l'enquesta (capítol 4) s'utilitza l'estadística descriptiva, que permet oferir, en primera instància, un retrat actualitzat de la situació de precarietat en què es troben bona part dels professionals i avaluar quines

són les seves principals preocupacions; mentre que en segon lloc també permet extreure quins són els principis ètics que els participants admeten vulnerar de forma més habitual. A continuació, l'estadística inferencial permet constatar si hi ha una relació entre les característiques sociodemogràfiques i laborals dels participants i la freqüència amb la qual vulnereu els supòsits ètics que se'ls han plantejat, fet que ha de permetre confirmar o no l'existència d'una correlació entre la precarietat laboral i el respecte a la deontologia.

L'anàlisi de les entrevistes qualitatives a professionals i experts (capítol 5) permet contextualitzar, completar i interpretar els resultats numèrics de l'enquesta. En aquest cas, es divideix en dos grans blocs: les entrevistes als professionals i les dels experts. En primer lloc es recullen les opinions dels participants sobre les dimensions de la precarietat, tot analitzant-ne les causes i els seus efectes en les seves condicions laborals, en les seves rutines professionals i en la qualitat del producte informatiu. També s'avalua quin és el concepte majoritari d'ètica que guia els professionals i quines són, des del seu punt de vista, les principals conseqüències de la precarietat laboral en relació amb els principis ètics, així com les perspectives de futur que contempen els periodistes per a la professió. En el segon bloc, l'anàlisi de les entrevistes ofereix una anàlisi externa de la precarietat laboral i la seva incidència en la deontologia periodística, i es recullen les recomanacions d'aquest col·lectiu tant per protegir l'ètica com per defensar i millorar les condicions laborals de la professió.

Finalment, l'apartat de conclusions i discussió (capítol 6) reivindica la necessitat de tenir en compte les condicions laborals en l'anàlisi de la deontologia periodística i defineix quins són els perfils de treballadors precaris que se salten els principis ètics bàsics de forma més habitual. A més, dibuixa les perspectives de futur de la professió, que sense dubte estaran molt influïdes per la pandèmia i la posterior crisi de la Covid-19 de 2020, que durant la redacció d'aquestes línies encara es troba en ple desenvolupament. També estableix algunes de les possibles accions a emprendre per part de les empreses, l'administració, la ciutadania i els mateixos periodistes i els seus organismes de representació col·lectiva per tal de garantir el futur de la professió i d'unes condicions laborals dignes per a aquells que s'hi dediquen.

SUMARI CAPÍTOL 2: MARC TEÒRIC

2.1 El concepte de precarietat laboral.....	13
2.1.1 Precarietat: definició i orígens	14
2.1.2 Oportunitat o condemna? Les narratives de la precarietat.....	16
2.1.2.1 Llibertat i creativitat: la precarietat com a oportunitat.....	17
2.1.2.2 Inestabilitat i autoexplotació: les ombres de la precarietat.....	21
a) Precarietat econòmica.....	22
b) Una llibertat qüestionada.....	23
c) Incertesa i inestabilitat.....	25
d) L'individualisme del treballador precari.....	26
e) Noves vies de lluita contra la precarietat.....	27
2.1.3 Precarietat i periodisme.....	29
2.1.4 Els reptes del “periodisme ciutadà”	30
2.2 Marc econòmic del periodisme a Catalunya i Espanya.....	33
2.2.1 Una precarietat endèmica.....	33
2.2.2 L'impacte de la crisi econòmica de 2008.....	34
2.2.2.1 Pèrdua de lectors i de publicitat.....	35
2.2.2.2 Dificultats per trobar un model de negoci digital viable.....	36
2.2.3 Les conseqüències de la crisi en el sistema mediàtic.....	37
2.2.3.1 Una major dependència política i econòmica.....	37
2.2.3.2 Retallada de personal i precarització del sector.....	39
2.2.4. Dimensions de la precarietat.....	42
2.2.4.1 Salaris cada cop més baixos.....	43
2.2.4.2 Una creixent inestabilitat laboral.....	46
2.2.4.3 Sobrecàrrega de feina en l'era de la informació 24 hores.....	47
2.2.5 Els perfils de la precarietat.....	50
2.2.5.1 Dones: una desigualtat estructural.....	50
2.2.5.2 Joves: un llarg camí cap a l'estabilitat.....	53
2.2.5.3 Treballadors digitals: un “refugi” enverinat.....	56
2.2.5.4 Autònoms: la inestabilitat com a estil de vida	59
2.3 El marc social en l'exercici del periodisme	60
2.3.1 La funció social del periodisme.....	61
2.3.2 Una professió qüestionada i amb problemes d'identitat.....	64
2.3.2.1 Descens de la credibilitat.....	64
2.3.2.2 La deontologia com a tret distintiu.....	67
2.3.3 Ètica personal vs ètica corporativa	69
2.4 La recerca sobre precarietat i ètica.....	72
2.4.1 Ètica i precarietat, un binomi poc estudiat.....	72
2.4.2 Les investigacions a Catalunya i Espanya.....	75
2.4.2.1 Projectes d'àmbit català.....	76
2.4.2.2 Projectes d'àmbit espanyol.....	79
2.5 Els principis bàsics de l'ètica periodística	81

2.5.1 Principi de veritat.....	86
2.5.2 Principi de llibertat.....	89
2.5.3 Principi de justícia.....	91
2.5.4 Principi de responsabilitat.....	91
2.5.5 Nous formats, vells principis.....	92
2.6 Precarietat i ètica: possibles conseqüències.....	95
2.6.1 Veritat i precarietat.....	95
2.6.1.1 L'era de les notícies falses.....	95
2.6.1.2 Errors i manca de precisió.....	98
2.6.1.3 Còpia de continguts no contrastats.....	100
2.6.1.4 Sensacionalisme: de la teledeixalla al “clic bait”.....	102
2.6.1.5 Identitats falses, mètodes il·lícits i procediments enganyosos....	105
2.6.2 Llibertat i precarietat.....	107
2.6.2.1 Major submissió a pressions polítiques i econòmiques.....	107
a) La influència del poder polític.....	109
b) La pressió del poder econòmic.....	111
2.6.2.2 Mercantilització de la informació: el “branded content” i les noves fórmules comercials.....	115
2.6.2.3 Autocensura: l'amenaça invisible.....	117
2.6.2.4 Conflictes d'interès.....	117
2.6.3 Justícia i precarietat.....	120
2.6.3.1 Accés limitat de les fonts a l'esfera pública.....	120
2.6.3.2 El risc d'exclusió dels col·lectius més desfavorits.....	121
2.6.3.3 La presumpció d'innocència.....	123
2.6.4 Responsabilitat i precarietat.....	125
2.6.4.1 Invasió de la intimitat.....	125
2.6.4.2 Dret a la pròpia imatge.....	128
2.7 Mecanismes de protecció ètica i professional a Catalunya i Espanya.....	129
2.7.1 Una escassa mobilització col·lectiva.....	129
2.7.1.1 L'associacionisme periodístic en l'àmbit espanyol.....	129
2.7.1.2 L'associacionisme periodístic en l'àmbit català.....	131
2.7.2 Els instruments de regulació i autoregulació.....	133
2.7.2.1 Mecanismes de regulació: la llei com a límit.....	134
a) Els debats sobre la regulació.....	134
b) Els intents de regulació internacional.....	137
c) La regulació a Espanya i Catalunya.....	138
I. Regulació a Espanya.....	138
II. Regulació a Catalunya.....	141
2.7.2.2 Instruments d'autoregulació.....	142
a) Autoregulació: “disfressa” o eficàcia?.....	142
b) Principals instruments d'autoregulació.....	147
I. Els codis deontològics.....	147
II. Els consells de premsa.....	151
III. Els estatuts de redacció.....	152
IV. Els defensors del lector.....	154
V. Nous sistemes de rendiment de comptes online.....	155

2. MARC TEÒRIC

El marc teòric de la present investigació requereix una aproximació teòrica als conceptes relacionats amb la precarietat laboral i l'ètica periodística, combinada amb una anàlisi dels factors que condicionen la pràctica de la professió realitzada a partir dels resultats de les investigacions en sociologia i deontologia realitzades en els darrers anys a Catalunya i Espanya. En primer lloc s'aprofundeix en el concepte de precarietat laboral, els seus orígens i les implicacions -tant positives com negatives- que pot tenir per als treballadors que la pateixen. A continuació s'ofereix un repàs exhaustiu a les investigacions sobre condicions laborals i sociologia del periodisme que s'han dut a terme tant a Catalunya com a Espanya, i es dibuixa el marc econòmic i social que han contribuït a la situació de precarietat generalitzada que viu la professió. En relació amb l'ètica, s'estableixen primerament quins són els valors i principis deontològics que regiran aquesta investigació i a continuació s'analitzen quines són les potencials conseqüències que pot tenir sobre ells l'actual marc de precarietat. Finalment, s'analitzen els mecanismes de defensa deontològica i professional tant a Catalunya com a Espanya, posant l'accent tant en les seves possibilitats com en les seves limitacions.

2.1 El concepte de precarietat laboral

Aquest primer apartat està dedicat a la definició i anàlisi del concepte de precarietat laboral aplicat als treballadors creatius, entre els quals es troben els periodistes. Per això, es comença per definir el concepte de precarietat laboral en el qual es basa aquesta investigació -prenent com a referència les definicions integrals d'autors com Neilson i Rossiter (2006), Brophy i de Peuter (2007), Gill i Pratt (2008) i Ross (2009)- i s'aprofundeix en els seus orígens. A continuació s'aborden les dues principals narratives de la precarietat -l'optimista i la pessimista- i els debats acadèmics que han generat, tot incidint tant en els aspectes positius -entre els quals hi ha la llibertat, la creativitat i l'autonomia- com els negatius -falta d'ingressos, autoexplotació, incertesa i individualisme-. Finalment, s'analitza la influència que ha tingut la precarietat en el periodisme des d'una perspectiva global -en apartats posteriors s'entrarà al detall de l'àmbit català i espanyol- i fins a quin punt hi ha contribuït el fenomen conegut com a "periodisme ciutadà".

2.1.1 Precarietat: definició i orígens

El Gran Diccionari de la Llengua Catalana defineix la qualitat de precari com quelcom “que no ofereix garanties de durada” (Enciclopèdia Catalana, 1998). Aplicant aquest concepte en l'àmbit del treball, la precarietat laboral es pot definir com la inseguretat econòmica i social que experimenten alguns treballadors dins del sistema capitalista a conseqüència d'unes condicions de treball inestables (Brophy i de Peuter, 2007: 180; Ross, 2009: 34). El treball precari implica, doncs, contractes temporals i a temps parcial, horaris de treball interminables, manca de divisió entre el temps dedicat a la feina i el dedicat a l'oci, salaris baixos i una incertesa general que no permet a aquests treballadors tenir cap mena d'estabilitat laboral ni personal (Neilson i Rossiter, 2006; Brophy i de Peuter, 2007; Cohen, 2012; Kennedy, 2012). Les actuals polítiques desreguladores i neoliberals dels Estats Units i part d'Europa, que permeten contractar i acomiadar fàcilment els treballadors i han obert la porta a grans conglomerats que exerceixen un ampli control sobre el mercat, han comportat en els darrers anys una generalització d'aquest tipus de treball en tota mena de sectors professionals (Ross, 2008: 37; 2009: 46). En l'àmbit específic del periodisme, també hi ha contribuït significativament l'arribada d'Internet i les noves tecnologies, que han generat noves rutines i formes de treball que, com es veurà més endavant, han tingut un impacte fonamental en la indústria (O'Donnell et al, 2016).

La precarietat laboral pot adoptar diverses formes de treball inestable: des de la feina il·legal, sense contracte, fins als contractes temporals i els autònoms que cobren per peça publicada (Gill i Pratt, 2008: 3; Neilson i Rossiter, 2006:10). Els autònoms, de fet, s'han convertit en una figura a l'alça en el mercat laboral durant els darrers anys, convertint-se en una de les principals víctimes de la precarietat. I és que, segons Cohen (2012:147), l'autònom porta la precarietat en la seva essència -ja que no disposa de seguretat laboral ni d'ingressos fixes-, mentre que les empreses opten cada cop més per aquest tipus d'empleats com a fórmula per reduir costos i allargar les hores de treball. Però la precarietat no afecta només als autònoms: malgrat que aquest és un dels col·lectius que més la pateix, la precarietat està arribant també cada cop més als treballadors tradicionals (Horowitz et al, 2005), sobretot en forma de salaris baixos, acomiadaments i un empitjorament generalitzat de les condicions laborals. En els darrers anys, el concepte de

precarietat ha guanyat visibilitat acadèmica i mediàtica perquè s'ha anat generalitzant i ha anat afectant cada vegada més sectors productius (Neilson i Rossiter, 2006: 10; Ross, 2008: 37; 2009: 34). Aspectes com la globalització i les noves tecnologies de la comunicació, sumats a les ja mencionades polítiques desreguladores que han impulsat diversos països occidentals, han facilitat l'augment de treball precari i irregular en tots els àmbits (Gill i Pratt, 2008: 2), de manera que la precarietat ja no es relaciona només amb treballadors poc qualificats i mal pagats sinó que també afecta professionals altament qualificats tant a nivell laboral com social (Ross, 2008: 37).

Però malgrat que la precarietat afecta tota mena de treballadors, una part important de la recerca acadèmica s'ha centrat en el mercat laboral dels “treballadors creatius”, és a dir, els que utilitzen el cervell per produir cultura i coneixement, ja que se'ls considera un dels exemples més il·lustratius de precarització (Gill i Pratt, 2008: 3; Ross, 2009: 35). El terme “treballadors creatius” va ser utilitzat per primer cop per Richard Florida l'any 2002 en el llibre *The Rise of the Creative Class* (Ross, 2009: 38) i estableix una categoria que inclou periodistes, publicistes, artistes i dissenyadors, entre altres professionals, que sovint han hagut d'acceptar treballar com a autònoms en condicions precàries a canvi de poder tenir llibertat creativa. Internet ha permès, en bona part, l'increment d'aquest tipus de treballadors, ja que ha permès la proliferació feines basades en el contingut, les idees i la creativitat, més que no pas en la fabricació o pura invenció tècnica (Ross, 2009: 16). De fet, per a Ross (2008: 32), la propietat intel·lectual s'ha convertit en “el petroli del segle XXI”. En molts casos, a més, aquest tipus de professions creatives no requereixen una gran inversió econòmica, sinó que sovint n'hi ha prou amb una connexió a Internet, de manera que un nombre cada vegada més gran de persones decideix provar-hi sort. D'aquesta manera, llocs web i xarxes socials com YouTube, Flickr, Twitter, Friendster, Second Life, Facebook o MySpace, a banda de totes les plataformes per crear blogs, han permès la publicació dels propis treballs, tot obrint la porta a l'expressió pública de periodistes, escriptors i artistes *amateurs* (Ross, 2009: 21).

El treball immaterial que realitzen els actuals treballadors creatius és molt diferent de la producció en cadena que imperava en l'època del Fordisme, que consistia en una feina mecànica i repetitiva per a tota la vida, un horari de treball tancat i previsible i uns guanys

relativament estables (Foti, 2004, citat a Brophy i de Peuter, 2007). Aquest sistema, tot i oferir un elevat grau de seguretat als seus treballadors, comportava també una gran rigidesa en la seva estructura de comandament, no oferia als seus treballadors cap mena d'especialització i feia que les dones quedessin relegades a les tasques de la llar (Neilson i Rossiter, 2008: 55). Per això, durant la dècada de 1970, van ser els mateixos treballadors els qui, ofegats per la pressió d'un sistema que els limitava a fer una feina avorrida, repetitiva i poc gratificant, van començar a mobilitzar-se per reclamar una major flexibilitat laboral, tot exigint feines a temps parcial, una producció descentralitzada i noves formes de regulació laboral (Neilson i Rossiter, 2006:10; Ross, 2008: 35). Les seves reclamacions, però, no es limitaven només a una millora i flexibilització de les condicions de treball, sinó que també van començar a reclamar feines que fossin més creatives i estimulants que el simple muntatge de peces a la fàbrica (Ross, 2009: 23). Aquesta voluntat dels treballadors d'aconseguir una "vida laboral de qualitat" també va comportar, tanmateix, la introducció del risc, incertesa i contractes laborals menys estables (Ross, 2008: 35). Amb aquestes antecedents, Ross (2008: 38) i de Peuter (2011: 420) apunten que la degradació cap a la precarietat laboral no és culpa exclusiva del capitalisme i les seves empreses, sinó que aquest canvi va ser fruit d'una demanda real i conscient per part dels mateixos treballadors.

2.1.2 Oportunitat o condemna? Les narratives de la precarietat

Assumint que la precarietat laboral s'ha convertit en una característica intrínseca del sector creatiu, l'anàlisi d'aquesta precarietat ha generat en els darrers anys un intens debat acadèmic que ha generat dues narratives oposades. Per una banda, autors com Deuze (2007) subratllen que, malgrat les seves innegables conseqüències negatives, la precarietat pot tenir aspectes positius, com per exemple la llibertat de no haver d'estar lligat a una sola empresa o la necessitat de reciclar-se i actualitzar constantment les pròpies habilitats professionals, circumstància que converteix els treballadors precaris en els més formats i competitius. Tot i això, també existeix un ampli corrent d'autors que manifesta una visió molt més negativa, ja que considera que els aspectes positius de la precarietat -que també reconeixen- no compensen els efectes més perniciosos, com l'estrès, l'ansietat, l'autoexplotació laboral, la sensació d'estar "cremat" i un creixent individualisme que dificulta la possibilitat d'articular respostes conjuntes a problemes

compartits (McRobbie, 2002; Gill i Pratt, 2008; Ross, 2009; Kennedy, 2012, Storey et al, 2015).

2.1.2.1 Llibertat i creativitat: la precarietat com a oportunitat

Part de la literatura sobre la precarietat subratlla que, malgrat els seus indubtables aspectes negatius, bona part dels treballadors creatius l'accepta perquè se sent compensat pels beneficis immaterials que comporta el treball precari en les indústries culturals -inclosos els mitjans de comunicació-, com per exemple l'autonomia, la llibertat creativa i la capacitat de treballar en els projectes que realment els interessin. Fins i tot alguns dels autors més crítics amb la precarietat, com McRobbie (2002), Ross (2008, 2009), Hesmondhalgh i Baker (2008), Gill i Pratt (2008), Cohen (2012), Kennedy (2012) i Salamon (2016), admeten l'existència d'aquests aspectes positius i el seu reconeixement per part dels treballadors. Tanmateix, un dels principals exponents d'aquest corrent optimista és Deuze (2007), que adverteix que el treball incert i inestable es pot mirar des d'un prisma negatiu, que només en subratlli les pitjors conseqüències -com la inseguretat, la manca de perspectives d'una carrera professional sòlida i la preocupació pel futur-, o bé promoure'n el vessant positiu, com ara l'oportunitat de realitzar una feina creativa, adoptar noves identitats professionals i conciliar millor la vida laboral i familiar gràcies al treball des de casa. Aquest autor valora especialment el fet que la precarietat permeti als treballadors tenir més autonomia, ja que no han d'estar lligats a una sola empresa. Això, indica, els permet acumular diferents experiències que es tradueixen en l'aprenentatge de noves habilitats professionals i permet l'existència d'un periodisme més "divers, obert i dinàmic" (Deuze, 2007: 170).

Segons aquesta visió positiva, els treballadors creatius, malgrat treballar en unes condicions precàries, senten una gran passió per la seva feina i estan agraïts de poder decidir per a qui i amb qui treballen, de tenir la llibertat d'organitzar-se el temps com més els convé i, sobretot, de poder escollir projectes que els permetin desenvolupar-se com a persones, encara que no estiguin ben remunerats (Lorey, 2006). Tal com apunten Beckett i Deuze (2016:2), aquesta "emoció" –sovint de caràcter estrictament personal- és el factor que encoratja aquests professionals a emprendre carreres en la indústria cultural, que

“ofereix de tot menys assegurar una bona compensació per la feina ben feta”. Això ha donat peu a la creació d’un model productiu en què empreses relacionades amb l’economia creativa ofereixen feines en què la principal gratificació és de caràcter humanístic, més que no pas material (Ross, 2008). En aquest context, alguns professionals precaris consideren que les baixes retribucions i la inestabilitat laboral queden compensades per la satisfacció i fins i tot plaer que senten a l’hora de realitzar la seva feina. Així ho indica Baines (1999), que considera que la llibertat és el principal valor de la feina dels autònoms; Ross (2008: 34, 2009: 18), que assenyala que el repte mental i professional i la sensació d’autonomia que senten els treballadors creatius els dona “un plus de plaer i satisfacció”; i Ursell (2006: 161), que indica que el “plaer”, la “capacitat d’autoexpressió” i la “capacitat d’autoactualitzar-se” de forma permanent són les raons que fan atractiva la feina en l’àmbit de la comunicació malgrat la precarietat que implica. En una línia similar, McRobbie (2002: 518) assenyala que, per a molts treballadors creatius, la feina s’ha convertit en una font important de llibertat, independència i autoexpressió. Així doncs, aquests treballadors prefereixen guanyar pocs diners però en canvi poder desenvolupar aquells projectes que troben –suposadament- més satisfactoris (Lorey, 2006).

La flexibilitat i la possibilitat d’organitzar-se el propi temps són dos aspectes més considerats positius en l’àmbit de la precarietat. Segons de Peuter (2011), alguns treballadors precaris prioritzen el seu desig d’autonomia laboral, poder organitzar-se lliurement i escollir el tipus de tasques que realitzen per sobre de l’estabilitat que els proporcionaria un contracte. Segons Salamon (2016), aquesta flexibilitat s’aconsegueix, sobretot, a partir de la figura de l’autònom, que permet als treballadors distanciar-se de les estrictes relacions i rutines que s’articulen en un entorn laboral estable, de manera que els autònoms no tenen ningú que els digui en què, amb qui ni com han de treballar. Des del seu punt de vista, aquesta flexibilitat horària i laboral pot ser especialment atractiva per a les dones, ja que algunes escullen voluntàriament convertir-se en autònomes per tal de poder combinar la feina amb altres activitats, com per exemple la maternitat, o per escapar del masclisme que encara impera en les estructures d’algunes empreses tradicionals (Salamon, 2016: 983). Per a Storey et al (2015), també hi ha dones que valoren positivament el fet de poder treballar des de casa, ja que els permet tenir cura de fills o familiars dependents i garantir la conciliació laboral i familiar.

La socialització i la possibilitat de gaudir d'un estil de vida modern i atractiu també són contemplats com un punt a favor per als autònoms i precaris. En aquests moments, els periodistes ja no només treballen dins de les redaccions dels grans mitjans, sinó que sovint són autònoms, col·laboradors o treballen en redaccions petites i disseminades pel territori, i fins i tot poden treballar des d'espais de co-working, bars i restaurants amb wi-fi o des de casa seva mateix (Deuze i Witschge, 2017). S'han trencat, doncs, les barreres de socialització tradicionals imposades dins d'un espai de treball estable i s'han obert les portes a un nou tipus de socialització professional, basada en un nombre molt més ampli de contactes. Gill i Pratt (2008: 14-15) assenyalen que molts autònoms s'identifiquen al màxim amb aquest estil de vida modern i despreocupat, de manera que consideren la seva feina "profundament satisfactòria i intensament plaent". En aquest sentit, també indiquen que molts agraeixen que aquest estil de vida els permeti gaudir d'altres dosis de socialització i treball en xarxa amb persones que comparteixen els seus mateixos interessos (Gill i Pratt, 2008: 18). De fet, en una enquesta feta per Baines (1999) entre periodistes del Regne Unit assenyalava que molts d'ells valoren més el fet de gaudir d'aquest estil de vida que no pas guanyar molts diners.

Algunes recerques empíriques reforcen aquestes tesis. Una enquesta de la Unió d'Autònoms de Nova York demostra que la flexibilitat –tant horària com d'espai de treball- i la llibertat creativa són dos dels aspectes més valorats pels autònoms, molts dels quals rebutgen els lligams que comporta un treball més tradicional (Horowitz et al, 2005). Segons l'estudi, tot i les inseguretats que comporta, els avantatges de ser autònom convencen més que els seus inconvenients, ja que aquells que opten per aquesta opció valoren per sobre de tot la llibertat, la flexibilitat i la possibilitat de tenir una carrera professional més atractiva. Hesmondhalgh i Baker (2008), en una recerca sobre treballadors televisius, apunten que aquests tenen sentiments contradictoris sobre la seva feina, ja que malgrat expressar patiment davant dels horaris de treball interminables, la manca de contractes estables i l'autoexplotació a què els condueix tot plegat, també admeten que gaudeixen molt amb aquesta feina, ja que els permet realitzar un treball variat i interessant amb un alt nivell d'autonomia i llibertat.

Aquesta passió que molts autònoms precaris senten per la seva feina sovint els converteix en treballadors molt exigents amb ells mateixos, amb un elevat grau de perfeccionisme i disposats a treballar les hores que siguin necessàries a aconseguir el millor producte possible. Això fa que sovint estiguin disposats a sacrificar sense protestar la seva vida personal per dedicar més hores a la seva feina, encara que no n'obtinguin una remuneració. Segons Ross (2008: 39; 2009: 47), entre aquest tipus de treballadors s'ha establert el "credo" generalitzat que el sacrifici personal comporta una major creativitat, fet que els porta a acceptar horaris de treball interminables i pressions laborals extremes "per aconseguir un producte més gratificant". Aquest tipus d'actituds han estat vistes com una oportunitat per a empreses i governs del sistema capitalista, que s'ho han pres com una possibilitat de gaudir de mà d'obra qualificada i barata. Les polítiques desregularitzadores de molts països occidentals han facilitat l'expansió d'aquest model de treball insegur i inestable, i els mateixos governs han estat els encarregats de promocionar-lo, tot presentant els "treballadors creatius" com un model a seguir per a la resta de la ciutadania (Lorey, 2006; Gill i Pratt, 2008: 2; Ross, 2009: 17). Per a Ross (2009), és lògic que aquest sigui un model a incentivar per part dels governs, ja que qualsevol ciutadà hi pot participar, el cost és mínim i no s'acabarà mai, igual que les energies renovables. Storey et al (2005) assenyalen que es tracta d'un model molt convenient també per a les empreses, ja que busca que els treballadors siguin més adaptables, flexibles i que assumeixin més responsabilitats tant pels èxits com els fracassos, fet que posa una major pressió sobre el treballador i en treu a les companyies.

En els darrers anys, doncs, des dels corrents més liberals en l'àmbit polític i econòmic s'ha generalitzat una visió de les indústries creatives que ignora, disminueix o "maquilla" la precarietat i presenta els mitjans, la comunicació i els sectors culturals com un dels espais prioritaris per al creixement del mercat i les oportunitats laborals (de Peuter, 2011: 417, 421). Aquest tipus de discursos sovint es basen en la promoció del treball autònom i en el concepte d'emprenedoria com a quelcom positiu i beneficiós per al treballador, tot relacionant-lo amb conceptes com "liberalització", "capacitat d'actualització", "autonomia" o "empoderament" (Storey et al, 2005: 1035). De fet, hi ha un ampli discurs basat en la necessitat que el treballador s'identifiqui com a "subjecte emprenedor", com si ell mateix fos una empresa, fet que transforma la seva manera de treballar i relacionar-se i l'obliga a estar familiaritzat amb conceptes empresarials com ara "orientació al

client”, “sensibilitat de mercat” o “consciència comercial” (Storey et al, 2005: 1036). Essent el mateix treballador una empresa, doncs, aquest es veu obligat a desenvolupar una estratègia de mercat, autopromocionar-se, desenvolupar productes, convertir-se en la seva pròpia marca i entendre les necessitats del mercat (*ibid*), tot recaient sobre les seves espatlles qualsevol responsabilitat sobre l'èxit o el fracàs (Deuze i Witschge, 2017). Es tracta, doncs, d'una visió extremadament liberal del mercat laboral, que ignora deliberadament les conseqüències negatives de la precarietat i que per tant no proporciona una aproximació vàlida a l'experiència real de molts treballadors, ja que prioritza l'estalvi de costos per a l'empresa per sobre d'unes condicions laborals dignes per als seus empleats.

2.1.2.2 Inestabilitat i autoexplotació: les ombres de la precarietat

La visió idealitzada de la precarietat defensada des de les posicions més liberals ha estat àmpliament criticada per autors que consideren que aquesta narrativa només serveix per afavorir les empreses i disminuir la capacitat de reacció dels seus treballadors. Investigadors com McRobbie (2002), Brophy i de Peuter (2007), Ross (2008, 2009) i Gill i Pratt (2008) han posat sobre la taula els efectes negatius que la precarietat té en la vida laboral, social i familiar dels treballadors d'indústries culturals, i alerten que els aspectes positius ja mencionats, com la llibertat i a la creativitat, van acompanyats de conseqüències molt negatives, com llargues hores de feina fins a aconseguir el resultat desitjat, una rebaixa de preus per obrir-se camí en un mercat laboral saturat i l'autoexplotació i sacrifici com a compensació per la llibertat i autonomia (Baines, 1999; Neilson i Rossiter, 2006; Ross, 2008, 2009). En molts casos, aquesta pressió per no deixar de produir al més alt nivell fa que aquests treballadors acabin acceptant feines per a les quals no estan qualificats, fet que encara els obliga a treballar més hores de forma continuada i sense poder fer ni un moment de descans (Storey et al, 2015).

En aquesta narrativa, més propera als postulats socialdemòcrates, la inestabilitat - principal característica de la precarietat- té més conseqüències negatives que positives per als treballadors que la pateixen, ja que genera inestabilitat econòmica, uns horaris de treball absolutament erràtics, incertesa sobre el volum de feina que vindrà a cada moment,

serioses dificultats per separar la vida laboral de la personal i absència de sindicats que permetin una representació col·lectiva (de Peuter, 2011). A més, nega que tots els autònoms ho siguin per elecció pròpia: n'hi ha que sí, ja que valoren la capacitat de gaudir de la llibertat i creativitat; però d'altres s'hi han vist abocats a conseqüència de les polítiques desreguladores de molts països occidentals, que han permès a les empreses implantar un model laboral que deixa enrere els treballadors contractats i omple el mercat d'autònoms i treballadors precaris (Lorey, 2006; Ross, 2009, Cohen, 2012).

a) Precarietat econòmica

La inestabilitat econòmica és un dels principals problemes que afronten els treballadors precaris, especialment els autònoms, ja que es troben amb retribucions molt baixes. Els preus que es paguen per peça en la indústria de la comunicació han anat disminuint de forma progressiva des de principis de la dècada de 1990, i la intensa competitivitat derivada del creixent nombre d'autònoms que intenten treballar en un mercat laboral saturat fa que les tarifes continuïn rebaixant-se (Storey et al, 2015). A més, els autònoms sovint s'han de conformar amb preus tancats per a cada article o fotografia que no tenen en compte el temps i l'esforç que el professional ha necessitat per a elaborar cada peça, de manera que acaben dedicant a la feina moltes més hores de les que els són remunerades (Cohen, 2012; Salamon, 2016). En els casos més extrems, alguns autònoms fins i tot accedeixen a treballar gratuïtament amb l'esperança que això els permeti promocionar-se i, amb una mica de sort, aconseguir noves feines i/o un lloc de treball estable (Lorey, 2006; de Peuter, 2011; Deuze i Witschge, 2017). Això, tanmateix, no sempre acaba succeint i a l'hora de la veritat només uns quants "escollits" aconsegueixen sortir d'aquestes condicions precàries i obtenir un veritable reconeixement econòmic, laboral i social (McRobbie, 2002; Ross, 2009). Altres problemes dels autònoms en l'àmbit econòmic estan relacionats amb el fet que tampoc obtenen cap remuneració per tot el temps que passen promocionant la seva feina, formant-se i fent altres tasques relacionades amb la seva carrera (Cohen, 2012), fet que redunda en el treball gratuït, i en molts casos no poden gaudir de vacances pagades ni baixes laborals, mentre que compten amb unes prestacions socials més aviat baixes (Lorey, 2006). A més, quan se'ls acaba la feina no tenen dret a indemnització per acomiadament (Storey et al, 2005).

Però el problema econòmic dels treballadors precaris, i particularment dels autònoms, no s'acaba en els baixos salaris. Els grans conglomerats mediàtics també exerceixen un control molt estricte –i cada cop més abusiu- sobre els drets d'autor i la propietat intel·lectual de les peces que produeixen els autònoms, fet que després els permet distribuir-los a través de nombrosos canals i plataformes a preus molt baixos (Cohen, 2012; Salamon, 2016). Així doncs, es tracta d'un sistema molt lucratiu per a les empreses, que descarreguen sobre els autònoms els riscos de la producció i en canvi aconsegueixen la propietat del producte final per tal de poder-lo explotar tantes vegades com vulguin (Cohen, 2012). Això és possible, en bona part, gràcies a les noves tecnologies, que permeten a les empreses distribuir massivament els articles i treure un major profit de la feina dels periodistes sense haver de pagar salaris més elevats als seus autors (Salamon, 2016). Així, molts dels acords establerts entre les grans companyies i els autònoms acaben essent abusius per als treballadors, i el fet que el sector de la comunicació s'hagi acabat convertint en una oligarquia no fa més que dificultar la situació, ja que cada cop hi ha menys mitjans a qui vendre els articles i per tant els autònoms tenen menys marge per a la negociació (Salamon, 2016).

D'altra banda, l'augment de la competitivitat i la saturació del mercat laboral acaben essent molt beneficioses per a les empreses, que poden escollir entre un ampli ventall de treballadors qualificats i disposats a rebaixar els seus preus amb l'objectiu de continuar essent contractats (Cohen, 2012). Aquest fet contribueix a empitjorar la situació dels autònoms, ja que hi ha tanta competència que si un decideix rebutjar determinades condicions perquè li semblen massa dolentes, habitualment ja n'hi haurà un altre –per exemple un recent graduat o algú amb una necessitat desesperada de feina- a punt per acceptar-les. Al final, doncs, molts treballadors es resignen i acaben acceptant baixos salaris i condicions precàries, ja que temen que les queixes puguin ser contraproductives i fer-los perdre feines en el futur (Storey et al, 2015).

b) Una llibertat qüestionada

Malgrat que la narrativa optimista de la precarietat destaca la llibertat dels autònoms com un dels aspectes més positius de la precarietat, aquesta afirmació és qüestionada per autors

com Cohen (2012), que considera que aquesta llibertat es veu condicionada, precisament, per unes condicions de treball precàries i l'autoexplotació laboral que se'n deriva. Segons recorda, sovint els autònoms acaben fent moltes més hores de les que estableix la llei i s'han de fer responsables de la seva pròpia formació i promoció, mentre que la situació acaba essent molt beneficiosa per a l'empresa, que s'estalvia haver de fer contractes laborals, no s'ha de preocupar de formar els seus treballadors i pot contractar i acomiadar personal fàcilment en funció dels seus projectes. Tal com indica Lorey (2006), la jornada laboral de 40 hores setmanals s'acaba convertint en una simple il·lusió per als autònoms, de manera que se'ls fa pràcticament impossible separar la vida personal de la laboral. Per la seva banda, Deuze i Witschge (2017) també posen en dubte la suposada llibertat dels autònoms, ja que apunten que el fet de no treballar des d'una redacció no significa que puguin deslliurar-se de les directrius de l'empresa.

La llibertat dels autònoms també es veu limitada per la seva incapacitat de preveure i organitzar el propi treball. Com que no tenen un flux de feina estable, els autònoms no saben mai quan tindran un major volum de feina, de manera que se'ls fa molt difícil organitzar la seva pròpia vida personal i pateixen serioses dificultats per establir límits entre la seva jornada laboral i el temps d'oci (Baines, 1999: 21; Gill i Pratt, 2008: 14), ja que sovint han de treballar des de casa i sense un horari definit, havent d'estar sempre disponibles quan se'ls requereix per a alguna tasca. Si no, corren el risc que no se'ls torni a trucar. Gill i Pratt (2008: 17) ho consideren un patró de treball "bulímic", amb períodes que requereixen una alta intensitat de treball i d'altres en què no aconsegueixen trobar cap mena de feina. Aquestes circumstàncies, assenyalen, acaben tenint conseqüències en les hores de son, la dieta, la salut i la vida social dels treballadors, que en casos extrems poden portar a la síndrome del "treballador cremat", dependència d'alcohol i drogues i fins i tot atacs de cor prematurs, a banda de malalties relacionades amb l'ansietat i la depressió (Gill i Pratt, 2008: 18). Segons Reinardy (2011: 34), els principals símptomes que condueixen a la síndrome del "treballador cremat" són la pressió laboral, els baixos salaris, la competició entre mitjans, els llargs horaris laborals, la implementació de les noves tecnologies i la dificultat per conciliar la vida laboral i familiar. Segons el mateix autor, aquesta síndrome acaba essent una de les principals raons per abandonar la professió, juntament amb un ambient de treball desfavorable, la pressió per complir amb els terminis i les moltes hores que hi han de dedicar.

c) Incertesa i inseguretat

Un altre problema vinculat a la precarietat és la incertesa que comporta, fet que dificulta la possibilitat de planificar i organitzar el propi futur, tant en l'àmbit professional com personal. Segons Ross (2008: 36), per entrar a treballar en la indústria creativa “has de deixar el teu *kit* de seguretat a la porta”, ja que només els més “determinats, àgils i valents” podran sobreviure. A la pràctica, afegeix, això significa que la majoria sobreviuen en un estadi d'incertesa, sense saber quan els apareixerà un nou projecte o una nova font d'ingressos. En aquest sentit, de Peuter (2011: 420) indica que el treballador precari acaba entrant en “una recerca de feina sense fi”, ja que constantment ha d'estar pendent d'aconseguir nous projectes que li permetin continuar tenint ingressos. Molts treballadors temen quedar-se enrere i ser incapaços de trobar noves feines si no actualitzen prou els seus coneixements i habilitats (Gill i Pratt, 2008: 16), fet que els provoca “por” i “inseguretat” (Lorey, 2006).

Aquesta inestabilitat, fins i tot, pot comportar problemes de salut, ja que pot derivar en l'ansietat dels professionals. Alguns d'ells són molt vulnerables a les crítiques i fàcilment es prenen un rebuig professional com a quelcom personal, fet que els acaba afectant l'autoestima i, en el pitjor dels casos, els genera una falta de confiança que els complica la possibilitat de trobar noves feines (Storey et al, 2015). A més, el fet de canviar de feina tantes vegades obliga els treballadors a haver d'aprendre noves habilitats constantment i ser capaços d'adaptar-se ràpidament a llocs de treball molt diferents, però alhora els deixa menys temps i oportunitats per a especialitzar-se (McRobbie, 2002: 517, 525). Tot plegat els pot conduir a un quadre d'ansietat només de pensar en la necessitat de trobar una feina que els permeti guanyar prou diners i alhora mantenir-se actualitzats davant la voracitat dels canvis en el món de la comunicació (Gill i Pratt, 2008).

A més, en el món de la cultura i la comunicació les feines cada cop s'aconsegueixen menys gràcies als sistemes tradicionals de selecció de personal i més a través de la xarxa de contactes, que sovint són amics o antics companys de feina (Baines, 1999; McRobbie, 2002; Storey et al, 2005). Així doncs, l'alt nivell de socialització que, com s'ha observat, és un dels aspectes positius dels autònoms, sovint s'acaba transformant, de forma

obligada, en autopromoció i trobades professionals per tal de donar a conèixer el seu treball, fet que es pot considerar com a feina extra i no remunerada. D'aquesta manera, els treballadors culturals es veuen obligats a convertir-se en relacions públiques d'ells mateixos (McRobbie, 2002) i a mantenir constantment el contacte –i la bona relació– amb col·legues, antics caps i altres contactes clau per tal de poder trobar noves feines (Storey et al, 2005). Cal tenir en compte, però, que aquest procediment comporta un seguit d'inconvenients per al treballador, ja que en exposar-se públicament cada cop menys ofertes de feina es fa difícil saber quines empreses tenen llocs de treball disponibles, els processos de selecció es restringeixen només a uns quants assabentats, hi ha feines que sempre acaben en mans dels mateixos i als nous entrants se'ls fa difícil entrar dins d'una "roda" tan tancada i el boca-orella fa que les reputacions, un cop establertes, siguin difícils de modificar (Storey et al, 2005: 1040).

d) L'individualisme del treballador precari

Una darrera conseqüència de la precarietat laboral és un creixent individualisme entre els treballadors, fet que dificulta l'articulació d'una lluita col·lectiva (Deuze i Witschge, 2017). Els professionals que es troben en una situació precària es troben cada cop més sols a l'hora d'afrontar la seva situació, ja que a les empreses hi ha cada cop menys treballadors en plantilla i més autònoms que no estan subjectes a cap conveni específic, mentre que paral·lelament s'ha produït un desmantellament progressiu de sindicats i unions professionals (McRobbie, 2002; Neilson i Rossiter, 2006; Brophy i de Peuter, 2007; Ross, 2009). Així, l'augment del nombre d'autònoms que poden treballar per a més d'una empresa a la vegada i que no comparteixen un únic espai de treball –i que a vegades viuen fins i tot en diferents països– complica la possibilitat que hi hagi cohesió entre els treballadors d'una mateixa empresa o sector (Calvo Bermejo, 2005; Deuze i Witschge, 2017), tot minvant la seva capacitat d'unir-se i articular una resposta comuna a la precarietat compartida.

Els autònoms, a més, sovint estan acostumats a defensar de forma individual únicament els seus interessos davant les empreses, ja que no formen part de la plantilla i per tant no es veuen apel·lats pels convenis d'aplicació col·lectiva (Salamon, 2016: 985).

Mentrestant, a les redaccions, on la precarietat també està cada cop més estesa, la por a perdre la feina si s'alça la veu ha fet que els comitès d'empresa i sindicats hagin anat perdent força de forma progressiva. D'altra banda, de Peuter (2011) i Salamon (2016) apunten que els sindicats tradicionals no s'han sabut adaptar als nous tipus de relacions laborals derivades de la nova societat del coneixement, on els autònoms són una part cada cop més important de la força productiva.

Finalment, un altre factor que influeix en la desmobilització, com s'ha vist anteriorment, és la passió que senten els treballadors culturals per la seva feina, que sovint els porta a acceptar voluntàriament unes condicions de treball precàries. En aquest sentit, Lorey (2006) alerta que els treballadors culturals es troben entre els més fàcils d'explotar, ja que ells mateixos estan disposats a rebaixar les seves condicions laborals i fins i tot vitals amb l'objectiu de complir amb les seves "fantasies d'autorealització".

e) Noves vies de lluita contra la precarietat

Tot i que a hores d'ara no hi ha respostes clares per fer front a la precarietat que impregna el mercat laboral de molts països occidentals, alguns autors es mostren esperançats. Malgrat el creixent individualisme dels treballadors precaris, investigadors com Neilson i Rossiter (2006), Gill i Pratt (2008) i Cohen (2012) consideren que les noves formes de treball precari han permès obrir les portes a noves formes d'organització i lluita que van més enllà dels sindicats tradicionals, mentre Ross (2009) i de Peuter (2011) subratllen la necessitat d'una aliança entre els treballadors de diferents sectors i països per tal de fer front comú contra la precarietat. En aquest sentit, De Peuter (2011) posa com a exemples organitzacions europees com Italy's Chainworkers i la Coordination des intermittents et précaires d'Ile de França, així com entitats nord-americanes com la Canadian Freelance Union, Retail Action Project, WAFE (Working Artists and the Greater Economy, Freelancers Union i la Washington Alliance of Technology Workers.

Tot i això, encara queda un llarg camí per recórrer. La precarietat s'estén a tants sectors, amb treballadors de característiques tan diferents els uns dels altres, que les aliances es

fan difícils de concretar i per tant és complicat articular una lluita compartida (Gill i Pratt, 2008; Neilson i Rossiter, 2008). El mateix Ross (2008), malgrat ser defensor d'aquesta via, admet que és molt difícil que treballadors altament qualificats puguin unir-se als immigrants sense qualificació per unir forces amb l'única base de la inseguretat compartida, i per tant, no creu que aquesta hipotètica aliança tingui possibilitats de prosperar. D'altra banda, recorda que alguns treballadors accepten gustosament les condicions precàries mentre que altres les deploren, de manera que en aquest terreny tampoc hi ha una entesa uniforme.

Així doncs, la precarietat de moment segueix creixent sense que es pugui entreveure una estratègia compartida per a fer-li front. De fet, Neilson i Rossiter (2008: 64) vaticinen que és molt poc probable que es pugui acabar amb ella. Tot i això, des del terreny acadèmic s'han fet algunes propostes per a pal·liar-la. Ross (2008, 2009) considera que la solució no pot passar per un retorn a la manufactura en cadena de l'època Fordista, sinó per una major regulació d'un mercat que actualment és altament competitiu i liberal. D'aquesta manera, assevera, podrien ser els mateixos treballadors els que escollissin el seu propi nivell de flexibilitat laboral en un entorn socialment regulat, sense que això els comportés un risc i una degradació no desitjats (Ross, 2008: 42). Cohen (2012: 152) també rebutja tornar a sistemes laborals més estables, i demana polítiques per aconseguir que la feina dels autònoms pugui ser flexible però que a la vegada ofereixi una certa seguretat.

En un terreny més concret, De Peuter (2011: 422) defensa els espais de co-working com a solució perquè autònoms puguin superar la seva soledat a un preu raonable. També aposta per fer lleis més favorables per a aquest col·lectiu, que per exemple els permetin tenir una prestació d'atur quan es trobin en un període sense feina o estableixin un salari mínim per als autònoms, i que s'incentivin formes d'organització laboral alternativa, com per exemple les cooperatives. Finalment, Salamon (2016: 993) subratlla que Internet pot convertir-se en una eina útil i indispensable per a l'organització dels treballadors precaris i autònoms, ja que gràcies a ella poden formar "coalicions virtuals" per aconseguir visibilitat i lluitar contra els contractes abusius.

2.1.3 Precarietat i periodisme

La precarietat que impera en les indústries culturals ha deixat una petjada important en el sector de la comunicació, i concretament en el periodisme. Les noves formes de treball basades en un sistema postindustrial que potencia l'emprenedoria i l'individualisme han posat en qüestió la noció tradicional de la professió periodística, que com altres sectors ha patit una profunda transformació i ha passat de ser una indústria més o menys coherent i estable a obrir un ampli ventall de possibilitats laborals inestables (Deuze i Witschge, 2017). D'aquesta manera, els treballadors de mitjans s'han vist obligats a canviar significativament les seves rutines professionals, havent-se d'adaptar a un context laboral cada cop més dinàmic i caòtic i construir a partir d'aquí una nova lògica professional, amb una identitat professional, una ètica i uns valors nous en un sistema on predominen les noves tecnologies i una creixent competició professional (Deuze, 2007).

La situació és especialment crítica a la premsa, on l'arribada d'Internet ha suposat una crisi de model a la qual encara no hi ha una sortida clara: els lectors migren cada cop més a les plataformes digitals, on estan acostumats a tenir la informació gratuïta i per tant són molt reticents a pagar per la informació, de manera que es fa difícil obtenir rendibilitat dels nous mitjans digitals (Singer, 2003). Aquest descens dels ingressos ha tingut conseqüències en els treballadors, ja que les empreses han procurat reduir costos de personal, tot deixant nombrosos periodistes a l'atur i accentuant encara més la precarització del sector (Salamon, 2016: 983). De fet, en la majoria de redaccions ha acabat existint una doble escala laboral on conviuen els professionals més veterans, que solen gaudir de contractes fixes herència d'èpoques passades, amb un nombre cada cop més elevat de treballadors temporals, a temps parcial, autònoms i altres formes de treball inestable, a vegades fins i tot sense remunerar (Deuze i Witschge, 2017). Tot plegat ha creat el que Ekdale et al (2014: 1) anomenen "cultura de la inseguretat laboral", ja que molts periodistes estan preocupats per unes condicions de treball precàries i pel seu futur a llarg termini en la professió. I malgrat que Frost (2000) reivindica la necessitat que els mitjans donin valor al seu producte fent pagar per alguns dels continguts digitals, per tal de guanyar credibilitat i prestigi que assegurin la seva supervivència a llarg termini, aquest model de moment només s'ha aconseguit implantar en un nombre reduït de casos, ja que la ciutadania manté una reticència generalitzada a pagar per la informació.

Les condicions de treball dels periodistes, doncs, es revelen una variable imprescindible per entendre el present i el futur de la professió. Segons Siegelbaum i Thomas (2015), el periodisme s'ha d'entendre alhora com una professió amb unes extraordinàries obligacions democràtiques i com un espai amb treballadors que necessiten arribar a final de mes. Per això, adverteix que dins de cada empresa periodística es crea un conflicte entre aquells que valoren el periodisme com un servei públic i els que es miren fredament la manera de quadrar els comptes. Seguint aquesta premissa, els periodistes es troben amb una dicotomia que els genera profundes tensions internes: per una banda, són professionals generalment conscients de la funció del periodisme i de la seva responsabilitat social; i per l'altra, són treballadors que necessiten mantenir els seus llocs de treball per arribar a final de mes (O'Neill, 1992; McManus, 1994; Belsey, 1998; Bagdikian, 1999; Frost, 2000; Zollmann, 2009).

2.1.4 Els reptes del “periodisme ciutadà”

L'aparició d'Internet i de les seves noves formes de comunicació han jugat, des de la dècada dels 2000, un paper clau no només en la manera d'exercir el periodisme, sinó també en la seva valoració social i professional. La xarxa permet que qualsevol persona pugui tenir accés a eines de publicació gratuïtes, com per exemple blocs o xarxes socials, amb les quals produir i distribuir informacions i opinions arreu del món; i també a noves tecnologies, com els telèfons mòbils, que permeten gravar imatges amb una qualitat raonable i distribuir-les sense haver d'estar necessàriament subjectes a l'ètica professional que sí que requereix el periodisme (Frost, 2000). Aquest fenomen ha estat definit com a “periodisme ciutadà”, concepte que s'ha popularitzat però que no deixa de ser erroni, ja que la difusió de continguts -inclosos els informatius- a través de les xarxes socials no es pot considerar periodisme si no està elaborat sota uns criteris professionals i ètics. Tot i això, durant alguns moments -sobretot durant la dècada de 2010- es va considerar una seriosa amenaça davant el temor que la difusió gratuïta de continguts contribuís a desvaloritzar el periodisme elaborat per professionals i, consegüentment, propiciés un empitjorament de les condicions laborals d'aquells que s'hi dediquen.

Més enllà dels intensos debats acadèmics que s'han generat durant les dues últimes dècades al voltant del concepte de “periodisme ciutadà”, en el marc d'aquesta investigació preocupen, sobretot, les conseqüències negatives que sense dubte ha tingut aquest fenomen en el mercat laboral del sector de la comunicació. Ross (2009) alerta que la difusió gratuïta d'imatges i informacions fetes sense ànim professional ha generat una desvalorització i abaratiment dels continguts de pagament, fet que complica la supervivència dels periodistes professionals, i Cohen (2012) arriba a advertir que algunes empreses del sector de la comunicació han acomiadat treballadors perquè prefereixen utilitzar la feina gratuïta del “periodisme ciutadà” que no pas pagar les retribucions dels seus propis professionals. Per això, Siegelbaum i Thomas (2015:5) apunten que l'anomenada “democratització” del periodisme s'ha traduït en una reducció del valor del treball periodístic a partir de la premissa que “tothom pot fer-ho”. En la mateixa línia, Shirky (2004, citat a Compton i Benedetti, 2010: 490) assenyala que aquest nou “ecosistema mediàtic” està acabant amb capçaleres històriques, ja que els mitjans han deixat de tenir el monopoli sobre la producció d'informació i el fet que *amateurs* sense cap mena de formació puguin crear el seu propi contingut a la xarxa sense el “filtre” dels mitjans tradicionals ha fet que el treball dels periodistes professionals sigui cada cop menys necessari.

Entre els pioners en preocupar-se per aquest fenomen hi ha Frost (2000), que fa dues dècades ja vaticinava que la producció ciutadana d'informació no faria més que créixer, tot augurant que les noves tecnologies serien cada cop més sofisticades i que per tant les imatges que enviaria la ciutadania a les redaccions serien de més qualitat. Tot i això, també advertia que aquesta nova manera de gestionar informació té un risc, i és que quan un vídeo arriba a la redacció el periodista no sap per quins processos d'edició i/o manipulació ha passat (Frost, 2000). Vint anys després, els seus raonaments s'han provat certs i la seva advertència segueix tenint més vigència que mai, ja que el debat sobre el “periodisme ciutadà” i les seves conseqüències s'ha vist superat per la preocupació acadèmica i social per la proliferació de notícies falses. I és que, en molts casos, la producció d'informació per part d'organismes externs al periodisme -ciutadania, empreses, governs...- s'ha traduït en desinformació i voluntat deliberada d'engany, i les imatges i informacions manipulades i/o descontextualitzades abunden cada cop més a la xarxa.

Aquest fet, que òbviament és negatiu per a la ciutadania, pot acabar tenint, paradoxalment, efectes positius per al periodisme. Els investigadors més optimistes consideren que el fet que el “periodisme ciutadà” hagi derivat en una proliferació de notícies i imatges falses està posant de nou en valor el periodisme professional, ja que la ciutadania necessita capçaleres de referència per assegurar-se que la informació que rep és veraç i contrastada. Així ho consideren Bilbeny (2012:29), que veu “absurd” oposar el periodisme ciutadà al periodisme professional en considerar que són “complementaris”; i Compton i Benedetti (2010), que constaten que hi ha poques evidències empíriques que demostrin que el “periodisme ciutadà” està realment substituint la tasca de professionals qualificats. Tot i això, no es pot obviar que, malgrat que l’eclosió de blocs i xarxes socials no ha substituït el periodisme professional, sí que li ha causat ferides profundes, ja que la proliferació a Internet de contingut elaborat per ciutadans ha contribuït a normalitzar la distribució gratuïta d’informació -fet que ha dificultat als mitjans la possibilitat de trobar un model de negoci rendible a la xarxa- i ha contribuït a erosionar la credibilitat de la professió arran de la publicació, cada cop més freqüent, de continguts falsos a través de comptes o pàgines web enganyosament professionals. Es tracta de dos fenòmens que han perjudicat el periodisme com a professió i com a negoci, i que han contribuït a augmentar la precarietat laboral d’aquells que s’hi dediquen.

En aquest apartat també cal tenir en compte, tanmateix, la visió crítica de Picard (2009), que responsabilitza els mateixos periodistes de no haver sabut fer un ús intel·ligent de les noves tecnologies i de no haver-se sabut adaptar a les noves necessitats de la ciutadania a partir de la irrupció d’Internet. En una provocadora conferència titulada “Per què els periodistes mereixen baixos salaris”, l’autor considera que les noves tecnologies i la proliferació d’informació que se’n deriva han propiciat el retorn dels periodistes a un model molt semblant al fordista, de manera que estan cada cop menys especialitzats i es dediquen a reproduir les informacions que troben a la xarxa, donant com a resultat continguts uniformes i homogenis. Segons argumenta, en una societat en què el públic ja disposa de les seves pròpies eines per obtenir, crear i distribuir informació a través d’Internet, els periodistes que no siguin capaços de donar a les seves informacions un valor afegit tenen cada cop menys valor productiu i es converteixen en treballadors no qualificats i substituïbles en la cadena de producció, igual que succeïa en el fordisme. I en aquest context, justifica, són mereixedors dels baixos salaris que cobren. Des del seu

punt de vista, perquè aquesta situació pugui canviar els professionals hauran de ser capaços de consultar fonts diferents, donar nous enfocaments a les seves informacions i buscar històries originals. Només d'aquesta manera, considera, el periodisme serà capaç d'aportar un valor afegit que animi la ciutadania a consumir aquella informació i permetre així una millora de les condicions salarials del sector.

2.2 Marc econòmic del periodisme a Catalunya i Espanya

Una aproximació al marc teòric i social a l'exercici del periodisme tant a Catalunya com al conjunt d'Espanya es considera imprescindible per entendre quins esdeveniments i factors han conduït la professió a l'actual situació de precarietat generalitzada que han detectat les recerques anteriorment mencionades. En els darrers anys, la precarització del periodisme ha vingut marcada per les dues grans crisis que està patint la professió en el món occidental, i de les quals els sistemes mediàtics espanyol i català no s'han pogut lliurar: l'econòmica, deguda a la greu crisi financera que va sacsejar el món occidental a partir de 2008 i al canvi de model de negoci propiciat per l'arribada de les noves tecnologies; i la professional, en què, com s'ha vist, el concepte de periodista està cada cop més qüestionat gràcies a les noves possibilitats que ofereix Internet, que ha acabat amb el monopoli dels periodistes sobre la informació i ha permès que qualsevol persona pugui distribuir-la a través de les xarxes. Aquestes dues crisis han agreujat una situació de precarietat que ja era endèmica en el sector i dificulten una perspectiva de futur optimista per als periodistes catalans i espanyols.

2.2.1 Una precarietat endèmica

La precarietat laboral en el periodisme català i espanyol no és un fet puntual ni aïllat, sinó que es pot considerar endèmica en una professió que mai ha gaudit del vigor ni el prestigi que ha tingut en altres països europeus. Per entendre aquesta realitat cal recórrer a la classificació de sistemes mediàtics realitzada per Hallin i Mancini (2008), que situa el sistema espanyol dins del model Mediterrani o Pluralisme Polaritzat, que es caracteritza, entre altres característiques, per una aparició tardana de la llibertat de premsa (que va estar prohibida durant els 40 anys de dictadura franquista); una estreta relació entre els

actors polítics i els mitjans de comunicació (en el cas dels públics, a través del control directe per part de l'Estat, i en el cas dels privats, a través de l'atorgament de subvencions i de llicències audiovisuals); un baix nivell de professionalització dels mitjans combinat amb un alt grau d'instrumentalització per part del govern, partits i empresaris vinculats a la política i una premsa amb tirades curtes dirigida a una elit altament polititzada, davant d'una influència més gran de la ràdio i la televisió en la resta de la societat. Aquestes circumstàncies, segons Hallin i Mancini, han dificultat l'existència d'un sistema mediàtic fort, independent i amb una àmplia base de lectors, fet que, a banda de fer-lo més susceptible a la ingerència política, el converteix en especialment vulnerable davant del procés global de liberalització i desregulació que s'està produint a bona part del món occidental, i que té conseqüències evidents en les condicions laborals de la professió.

Agafant com a punt de partida aquest marc de referència, hi ha estudis que demostren que la precarietat laboral ha existit en el periodisme espanyol fins i tot en els temps que eren considerats de bonança econòmica. Per exemple, entre els anys 2002 i 2007, el volum de negocis de les empreses de comunicació va créixer un 64% i els seus beneficis nets van augmentar fins a un 342%, el Fòrum d'Organitzacions de Periodistes va calcular que entre un 30 i un 50% dels periodistes treballaven en condicions precàries (García Castillejo, 2008: 364). Ja en la III Convenció de Periodistes, celebrada el 2002, es posava de manifest que més del 40% dels periodistes treballaven amb contractes temporals, alhora que es detectava un important creixement del nombre d'estudiants en pràctiques ocupant llocs de treball estructurals i la proliferació dels autònoms col·laboradors de diferents mitjans, especialment en premsa i ràdio, amb remuneracions inferiors als 6.000 euros anuals. En aquell moment ja s'apuntava, a més, que els sectors més afectats per aquesta precarietat eren la ràdio i la televisió privades i la premsa, on no existeix sector públic (García Castillejo, 2008: 366-267).

2.2.2 L'impacte de la crisi econòmica de 2008

La crisi econòmica de 2008 va suposar un doble impacte per a les empreses de comunicació, especialment en el sector de la premsa. A una crisi financera d'impacte global que va suposar un important descens de la publicitat se li va sumar una caiguda de

lectors, coincidint amb la proliferació a Internet de llocs web que oferien informació gratuïta. Però malgrat que la majoria de mitjans impresos van migrar a l'àmbit digital, a hores d'ara encara no han aconseguit un model de negoci viable a Internet.

2.2.2.1 Pèrdua de lectors i de publicitat

Malgrat que, com s'ha observat, la precarietat ja existia en el mercat laboral del periodisme català i espanyol abans de 2008, a partir d'aquell any es va veure agreujada per la crisi econòmica que va sacsejar tot el món occidental i que va colpejar de ple el sistema mediàtic català i espanyol, especialment la premsa, que una dècada més tard encara no s'havia acabat de recuperar (Palacio, 2015). La crisi va comportar una forta caiguda de la publicitat -principal font d'ingressos dels mitjans privats, entre ells la premsa-, que es va veure dràsticament reduïda. L'any 2008, la inversió en publicitat als mitjans espanyols va caure un 11% de mitjana (Almiron, 2009), i després d'encadenar sis exercicis seguits de descensos en facturació, no va ser fins al 2015 que es va produir una tímida recuperació (Palacio, 2015). Aquesta reinversió publicitària, tanmateix, es va centrar majoritàriament en la televisió, que va acaparar la meitat de les noves inversions, mentre que la premsa va patir el descens més brusc i mai va aconseguir recuperar els nivells de facturació publicitària que aconseguia abans de 2008 (*ibid*).

Aquest brusc descens de la publicitat va coincidir, a més, amb l'eclosió d'Internet i la proliferació de mitjans digitals i xarxes socials, fet que va impedir que el sector de la premsa pogués compensar la pèrdua d'ingressos publicitaris amb altres vies com la venda d'exemplars (Larrañaga, 2009; Farias i Roses, 2009; Roses, 2011; Palacio, 2015). De sobte, els diaris, a banda de patir la greu crisi econòmica, es van trobar amb què havien de competir amb tot un nou ecosistema de suports digitals -xarxes, cercadors, portals, etcètera-, que podien atraure una audiència molt nombrosa a un cost molt baix i a més convertir-se fàcilment en noves plataformes de suport publicitari (Farias i Roses, 2009). Això va fer que els mitjans impresos, especialment els generalistes, veiessin considerablement reduïts tant el seu nombre de lectors com d'anunciants, molts dels quals van anar a parar a les noves xarxes socials, com Twitter o Facebook, fet que va provocar una reducció dràstica d'ingressos i que algunes capçaleres històriques acabessin

desapareixent (Bilbeny, 2012). Segons l'Informe Anual de la Professi3 Periodística corresponent a 2015, entre 2008 i 2015 es van tancar 375 mitjans de comunicaci3 al conjunt d'Espanya (Palacio, 2015).

Aquesta situaci3, per3, no 3 particular d'Espanya, sin3 generalitzada al m3n occidental. En els darrers anys han desaparegut capçaleres que havien estat hist3riques als Estats Units i Anglaterra, i que nom3s al pa3 nord-americ3 van deixar un balanç de 23.000 llocs de treball perduts en premsa entre 2007 i 2009 (Compton i Benedetti, 2010). A Europa, els diaris van deixar de vendre deu milions d'exemplars entre els anys 2000 i 2010 (Bilbeny, 2012: 23). Les tend3ncies globals, doncs, no conviden a l'optimisme per al sector de la premsa.

2.2.2.2 Dificultats per trobar un model de negoci digital viable

A causa d'aquesta profunda crisi econ3mica, les empreses de comunicaci3 –i no nom3s les de premsa, sin3 tamb3 tota la resta- van haver de replantejar-se el seu model de negoci i buscar noves fonts d'ingressos a trav3s del m3n digital, ja que el consum d'informaci3 per Internet –a trav3s d'ordinadors o altres tipus de dispositius m3bils- ha anat clarament a l'alça en els darrers anys. Inicialment, algunes de les principals capçaleres d'abast espanyol van optar per murs de pagament –3s a dir, fer pagar la ciutadania per l'acc3s a la informaci3, igual que es pagava pel diari impr3s al quiosc-, per3 aix3 els proporcionava un nombre de lectors molt redu3t davant dels portals que oferien gratuïtament la informaci3 a la xarxa. Per tant, els murs de pagament es van anar eliminant i la majoria de mitjans espanyols van optar per un model de negoci digital basat exclusivament en els ingressos publicitaris, oferint la informaci3 de forma gratuïta amb l'objectiu d'aconseguir el m3xim nombre de lectors possible i aix3 poder incrementar el preu de la publicitat. El problema ha estat, tanmateix, que la publicitat digital, malgrat tenir perspectives de creixement, encara no 3 suficient com garantir els mateixos ingressos que obtenien els mitjans escrits, de manera que els mitjans tradicionals han tingut seriosos problemes per rendibilitzar les seves versions digitals i les iniciatives natives digitals ho han tingut complicat per consolidar-se. De fet, a hores d'ara, ni la premsa catalana ni l'espanyola ha aconseguit encara un model econ3mic rendible en aquest entorn (Salaverri3, 2006, citat

a Larrañaga, 2009; Farias i Roses, 2009). Els mitjans digitals, doncs, malgrat haver consolidat la seva audiència -que sovint és superior a la dels diaris en paper-, encara generen xifres de negoci massa petites per convertir-se en una alternativa als mitjans convencionals (Picard, 2014; Palacio, 2015).

Mentrestant, la pràctica inexistència de murs de pagament ha fet que molts lectors digitals s'hagin acostumat al consum gratuït de la informació a la xarxa, de manera que a la indústria li està costant molt revertir aquesta situació. Mentre altres indústries culturals que s'han trobat en una situació similar -música, cinema, sèries...- sí que han aconseguit obtenir rendibilitat dins l'àmbit digital a través de noves plataformes de pagament, en el cas de la premsa espanyola l'aposta pel pagament de continguts s'ha anat endarrerint, i no ha estat fins als últims anys que algunes capçaleres han començat a fer una tímida implantació de murs de pagament "tous", que permeten a l'usuari consumir gratuïtament part de la informació i haver de pagar per l'altra. En la majoria de casos, tanmateix, els seus resultats encara són insuficients com per mantenir el negoci, malgrat que hi ha algunes notables excepcions, com eldiario.es, que ha implantat amb èxit el seu model de subscripció.

2.2.3 Les conseqüències de la crisi en el sistema mediàtic

La forta crisi econòmica de 2008 i el descens dels ingressos publicitaris registrat, sobretot, pel sector de la premsa, han tingut dues grans conseqüències en els mitjans de comunicació. La primera fa referència a les empreses, ja que el fet de tenir menys ingressos propis els ha fet augmentar la dependència del poder polític i/o els grans conglomerats econòmics, mentre que la segona ha tingut efectes directes sobre els treballadors, ja que s'han registrat nombrosos acomiadaments i un empitjorament generalitzat de les condicions laborals d'aquells que han aconseguit mantenir la feina.

2.2.3.1 Una major dependència política i econòmica

La situació de crisi ha obligat les empreses del sector de la comunicació a prendre mesures per tal d'intentar reconduir aquesta situació, tot i que no sempre les ha estat possible. En

l'àmbit econòmic, una de les conseqüències més visibles han estat els nombrosos processos de fusió, absorció o concentració de mitjans per tal de reduir costos (Almiron, 2009; Farias i Roses, 2009; Roses, 2011), de manera que molts diaris, inclosos els locals o provincials, han quedat en mans de grans grups mediàtics que han format una oligarquia a través de la qual exerceixen una forta influència en els continguts publicats (Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009). En aquest sentit, Almiron (2006) alerta que els objectius d'aquests grans grups empresarials solen estar encarats bàsicament a obtenir la màxima rendibilitat econòmica possible, encara que a vegades això sigui incompatible amb els principis periodístics més bàsics. A més, també cal tenir en compte que algunes empreses van optar durant l'època de bonança econòmica per fer inversions de capital en sectors que no tenien res a veure amb la comunicació, com per exemple l'immobiliari (Roses, 2011), fet que en molts casos els va conduir encara a un major endeutament (Larrañaga, 2009). De fet, segons Almiron (2009) i Reig (2015), la crisi iniciada el 2008 va posar en evidència la debilitat estructural del sistema mediàtic espanyol, que estava àmpliament basat en un endeutament crònic.

D'altra banda, la pèrdua d'ingressos i la falta d'un model de negoci rendible en l'àmbit digital ha fet augmentar la dependència dels mitjans respecte als poders polítics, ja que molts d'ells depenen d'ajuts procedents de les administracions públiques per continuar essent viables. Segons descriuen Fernández Alonso, Guimerà i Fernández Viso (2012), en el cas català aquesta dependència ha vingut tradicionalment marcada per la voluntat de la Generalitat de crear un espai català de comunicació, que l'ha portat a dissenyar, des de la recuperació democràtica, un sistema de subvencions públiques a mitjans de comunicació privats que utilitzen la llengua catalana, amb l'objectiu de garantir-ne la viabilitat i crear així un sistema mediàtic propi de Catalunya. Durant el govern de CiU, fins l'any 2004, aquestes ajudes van estar dirigides bàsicament a mitjans escrits, mentre que a partir de 2005, amb el govern del tripartit d'esquerres (PSC, ERC i ICV), també es van expandir a la ràdio, televisió i mitjans digitals, produint-se paral·lelament un destacat augment de les quantitats. Però malgrat que, a partir de 2011, la crisi econòmica i les polítiques d'austeritat van portar la Generalitat a retallar fins a un 70% les ajudes a mitjans privats, acompanyades d'una dràstica reducció també de la publicitat institucional, el finançament governamental continua jugant un paper primordial en la supervivència de molts mitjans a Catalunya.

Segons el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, entre els anys 2008 i 2016 el govern català va destinar 181 milions d'euros a mitjans de comunicació, 82 dels quals en forma de subvenció directa i 99 en forma de publicitat institucional (Rodríguez-Martínez et al, 2017a:23). Però malgrat tractar-se de les dues fórmules més habituals que té el govern català per injectar diners als mitjans de comunicació, els seus mecanismes presenten diferències notables. Segons assenyalen des de Media.cat (2017), les subvencions directes són les més transparents, ja que estan relacionades amb l'ús de la llengua catalana i es regeixen per criteris quantitius basats en l'audiència, la periodicitat i l'abast territorial. Els governs, però, també tenen mecanismes més discrecionals a l'hora d'atorgar diners, com els ajuts per a impulsar projectes en concret i, sobretot, la publicitat institucional i les subscripcions que arriben a tots els edificis de la Generalitat. En tots aquests casos, el repartiment de diners públics és menys transparent i no es regeix estrictament per criteris tècnics, sinó de caràcter més arbitrari.

L'any 2017, la inversió pública de la Generalitat en publicitat institucional va superar per segon cop els 30 milions d'euros, que es van destinar, per aquest ordre, a mitjans impresos, digitals, televisió i ràdio. L'arbitrària distribució d'aquesta publicitat va fer que, observant el conjunt total, els diaris que van rebre més ajuts no fossin necessàriament els que tinguessin una major difusió i/o audiència (Fernández Alonso i Espín, 2019). D'aquestes dades se'n pot inferir, doncs, que l'arbitrarietat en la distribució de la publicitat i subscripcions institucionals es pot convertir en una eina de control polític sobre els continguts dels mitjans.

2.2.3.2 Reducció de personal i precarització del sector

Però mentre la crisi econòmica reduïa la independència política i econòmica dels mitjans, en l'àmbit laboral els treballadors també es van veure damnificats, ja que a partir de 2008 es va produir una important reducció de personal i tancament de mitjans arreu d'Espanya, sumat a un empitjorament de les condicions de treball d'aquells que van poder mantenir la seva feina (Almiron, 2009; Roses, 2011; García-Avilés et al, 2014). A partir d'aquí, i malgrat que les retallades van començar en aquells mitjans que veien perillar la seva subsistència de forma més immediata, la precarització de les condicions laborals es va

anar estenent per tot el sector (Roses, 2011). A través de nombrosos acomiadaments i prejubilacions, les redaccions van anar veient cada cop més reduït el seu nombre d'efectius, mentre que les empreses van anar confiant cada vegada més en autònoms o empreses subcontractades (Almiron, 2009; Roses, 2011). Segons l'Informe Anual de la Professió, entre els anys 2008 i 2015 es van destruir un total de 12.200 llocs de treball en el sector de la comunicació a Espanya, acompanyats d'un empitjorament clar de les retribucions per aquells que van aconseguir quedar-se: el salari bàsic dels periodistes amb conveni es va reduir un 17% entre 2010 i 2015, i en el cas dels autònoms -que com s'ha mencionat prèviament és una de les figures laborals més precàries- va caure fins a un 70% (Palacio, 2015).

Així doncs, no és sorprenent que, en les recerques que s'han realitzat durant els darrers anys sobre les condicions laborals dels periodistes catalans i espanyols, una àmplia majoria de participants hagi assenyalat que el seu principal motiu de preocupació són la laboral inseguretats i la precarietat laborals (Cantalapiedra et al, 2000; Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009; Alsius et al, 2010; Macià-Barber i Herrera-Damas, 2010; Figueras-Maz et al, 2012; García-Avilés et al, 2014; Palacio, 2015). Segons Herrera-Damas i Macià-Barber (2009: 29), la precarietat és un problema “bastant” o “molt” seriós per a gairebé el 94% dels professionals de tot Espanya, mentre que en l'estudi realitzat per García-Avilés et al (2014) entre periodistes madrilenys, aquesta és la qüestió més important per a un 70% dels enquestats. En el cas de Catalunya, és la principal preocupació per a un 95% dels professionals (Alsius et al, 2010). Segons els estudis realitzats fins al moment, els professionals més inquietats per aquesta situació de precarietat són els treballadors que ocupen els llocs més baixos de la jerarquia laboral -és a dir, els que cobren salaris més baixos i els autònoms-; mentre que entre els càrrecs alts i intermedis disminueix el grau d'inquietud davant d'aquest problema (Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009; Alsius et al, 2010; Figueras-Maz, 2012).

La falta d'un Estatut Professional d'àmbit espanyol ha accentuat aquesta precarietat, ja que no hi ha directrius que regulin els salaris i les condicions de treball del sector de la comunicació. Així doncs, la inexistència d'un marc legal i un conveni comú per a tota la professió posa els periodistes en una situació d'indefensió legal, ja que els fa dependre

del conveni de cada empresa i això comporta arbitrietat tant en els sous com les categories professionals (Labio Bernal, 2002). Només la premsa periòdica no diària (és a dir, setmanaris i revistes) disposa d'un conveni marc estatal, però en cap cas es pot extrapol·lar a escala general (Caro González i Jiménez Marín, 2006: 314). Per part del Col·legi de Periodistes, l'any 2008 es van publicar unes tarifes mínimes orientatives per a l'exercici de la professió, que indicaven els preus que les empreses haurien de pagar als seus col·laboradors per peça emesa o publicada (Iborra, 2007). Aquestes tarifes, però, van ser anul·lades per un tribunal, que va considerar que alteraven el funcionament del lliure mercat. Per això, no es van poder aplicar i van desaparèixer del web del Col·legi de Periodistes.

El periodisme s'ha convertit, doncs, en una professió on aconseguir una carrera sòlida és cada cop més difícil, ja que s'està convertint en una feina cada cop més fragmentada, irregular i inestable. En el cas concret d'Espanya i Catalunya, la majoria dels acomiadaments que s'han produït durant l'última dècada no han estat reemplaçats, sinó que s'han convertit en llocs de treball destruïts que no s'han aconseguit recuperar (Farias i Roses, 2009). Per tot plegat, en el sector s'ha acabat instal·lant el que Ekdale et al (2014:1) defineix com a "cultura de la inseguretat laboral", en què l'allau d'acomiadaments ha acabat passant factura moral entre aquells que han aconseguit conservar el seu lloc de treball, que es mostren preocupats pel futur que els espera i per tant senten limitada la seva llibertat a l'hora de treballar.

Dins d'aquest context de progressiva precarització del periodisme, la comunicació corporativa s'ha convertit en un nínxol de mercat cada vegada més important per als professionals, ja que cada cop genera més llocs de treball i, generalment, amb unes millors condicions que en el cas dels mitjans. Les dades obtingudes en les recerques de referència com el *Llibre Blanc de la Professi3 Periodística* (Soler et al, 2006) o *The ethical values of journalists* (Alsius et al, 2010) mostren que el percentatge de periodistes dedicats a la comunicaci3 corporativa han anat en augment en els darrers anys, mentre que un estudi sobre nínxols d'ocupaci3 elaborat per Mic3 et al (2012) per encàrrec del Col·legi de Periodistes assenyala que només un de cada quatre graduats en periodisme trobarà feina en un mitjà de comunicaci3 tradicional, mentre que la resta haurà de dirigir-se cap a nous

nínxols d'ocupació, com els gabinets o l'entorn digital. En aquest sentit, l'informe advertia que les possibilitats que tenen els periodistes d'entrar a treballar en una redacció professional s'han reduït dràsticament, però que el creixent interès d'empreses i institucions en l'esfera de la comunicació ha fet que s'hagin creat nous llocs de treball en aquest àmbit. Les dades més recents, que són les de Caballero (2017), indiquen que la comunicació corporativa no només ha anat guanyant pes en l'àmbit laboral i a dona feina a un 28% dels professionals, sinó que a més, ofereix unes millors condicions laborals. Segons l'enquesta realitzada per l'autor, també per encàrrec del Col·legi de Periodistes, els professionals que treballen en gabinets tenen una sensació de precarietat més baixa que els periodistes de mitjans, ja que el seu sou mitjà és més elevat que en els mitjans tradicionals.

D'altra banda, una investigació feta a Austràlia per O'Donnell et al (2016) posa sobre la taula que, en aquell país, a la gran majoria de periodistes que es queden a l'atur, de manera que molts acaben representant les seves carreres professionals en sectors fora del periodisme, com la docència o la comunicació corporativa. Val a dir que, en molts casos, els periodistes admeten que aquests nous llocs de treball allunyats del periodisme els suposen unes millors condicions laborals, menys estrès i una major possibilitat de conciliar la vida laboral i familiar. En alguns casos, de fet, consideren que ser acomiadats va ser el menys dolent que els podia passar, tenint en compte "les pressions del mercat i el deteriorament de les condicions laborals a les redaccions estaven destruint la professió davant dels seus ulls" (O'Donnell et al, 2016: 46). Aquestes conclusions són consistents amb les de Reinardy (2009, citat a Ekdale et al, 2014: 2), que indica que aquells periodistes que tenen intenció d'abandonar la professió ho fan per la preocupació per la indústria, la manca de satisfacció amb la feina, els baixos salaris i el declivi de la qualitat informativa. Una recerca d'aquestes característiques a Catalunya i/o Espanya, on la comunicació corporativa també s'ha convertit en un sector a l'alça, seria molt necessària.

2.2.4 Dimensions de la precarietat

L'estudi de la precarietat com a concepte integral obliga a tenir en compte les seves diferents dimensions. Una de les més importants és la inestabilitat econòmica, derivada

d'uns salaris que cada cop són més baixos tant per als autònoms com per als periodistes en plantilla; però també són fonamentals la inestabilitat laboral, que fa que cada vegada hi hagi més periodistes amb contractes temporals o treballant com a autònoms, i la sobrecàrrega de feina derivada d'un context en què es produeix i difon informació durant les 24 hores al dia.

2.2.4.1 Salaris cada cop més baixos

Un dels principals indicadors relacionats amb la precarietat són els salaris, que en el sector del periodisme a Espanya són especialment baixos. El fet que, en aquesta professió, el sou no estigui regulat per un conveni col·lectiu sinó que vagi a criteri de cada empresa fa impossible obtenir tenir dades oficials sobre els sous dels periodistes espanyols, especialment quan hi ha cada cop menys professionals en nòmina i més autònoms que treballen sense estar ni tan sols subjectes als convenis particulars de cada empresa. La majoria de referències sobre els salaris dels periodistes espanyols, doncs, s'han obtingut a través d'enquestes entre els professionals del sector. Aquest sistema, però, té la limitació d'oferir xifres mitjanes, mentre que realitat es produeixen desigualtats importants entre els treballadors (Caro González i Jiménez Marín, 2006).

Els estudis quantitius realitzats sobre la remuneració dels periodistes espanyols deixen clar que els baixos salaris no responen a una situació conjuntural ni sobrevinguda amb la crisi econòmica, sinó que són estructurals en el sector. L'any 2000, Cantalapiedra, Coca i Bezunarte (2000, citats a Roses, 2011: 6) van determinar que els salaris dels periodistes bascos entre els anys 1997 i 1999 no arribaven a les 200.000 pessetes mensuals, el que actualment suposaria menys de 1.200 euros al mes. Aquell mateix any, en un estudi realitzat per al Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Canel, Rodríguez i Sánchez (2000, citats a Roses, 2011:7) van detectar algunes de les variables que influeixen en els salaris dels professionals, com per exemple que els periodistes de mitjans nacionals cobraven més que els locals; que les remuneracions dels veterans eren superiors a les dels joves, que els periodistes televisius estaven millor pagats que els de ràdio i premsa i que els sous dels mitjans públics eren més elevats que no pas els dels privats. El 2006, Caro González i Jiménez Marín van posar sobre la taula que els ingressos dels periodistes, que

van situar en 14.780 euros anuals de mitjana, es trobaven molt per sota d'altres professions per a les quals es necessitava una llicenciatura universitària, com els enginyers civils (29.600 euros) o els arquitectes (26.190 euros).

Entre 2006 i 2008, en plena bonança econòmica a Espanya i just abans de la gran crisi econòmica global, els informes anuals de l'Asociación de la Prensa de Madrid assenyalaven que la franja de salaris més habitual per als periodistes era la situada entre 1.801 i 2.200 euros mensuals (Roses, 2011). Aquestes xifres, però, contrastaven amb les que apuntaven Martín i Amurrio (citats a Roses, 2011) l'any 2007, que eren molt més baixes: en un estudi sobre la situació dels periodistes audiovisuals al País Basc, es van trobar amb què una cinquena part dels participants declaraven guanyar menys de 600 euros al mes, un terç rebien entre 600 i 1200 euros i una xifra similar percebien entre 1.200 i 1.800 euros mensuals. Només un 12% obtenia uns ingressos superiors als 1.800 euros mensuals. Per tant, s'observa com la falta d'un conveni col·lectiu dificulta una aproximació real al salari dels professionals, ja que els resultats poden variar sensiblement en funció de la mostra.

L'any 2010, un estudi de 25 convenis col·lectius realitzat per l'Asociación de la Prensa de Madrid situava el salari mitjà dels periodistes espanyols més amunt, en 35.000 euros anuals (Roses, 2011), el que suposaria una mitjana de 2.916 euros al mes. Cal tenir en compte, tanmateix, que aquest informe no incloïa els periodistes autònoms, que queden exclosos dels convenis empresarials, i que a vegades els convenis escrits no s'apliquen de forma exacta a la realitat. Però malgrat aquestes mancances, l'informe feia visibles les clares diferències que hi ha entre els salaris dels redactors en cap (53.200 euros anuals), els caps de secció (38.500) i els redactors (26.000). L'any 2011, Roses va constatar, amb dades de 2009, que la franja salarial més habitual entre periodistes continuava essent entre els 1.801 i els 2.200 euros mensuals, igual que havia apuntat l'APM en anys anteriors. Tot i això, també va poder copsar importants desigualtats salarials en funció de determinades variables, com el gènere, l'edat, l'experiència professional, el tipus de mitjà on es treballa, la localització geogràfica, el tipus de contracte, la categorial laboral i el temps treballat dins d'una mateixa empresa. En canvi, segons aquest autor, el nivell

d'estudis, el tipus de titulació i el fet de tenir títols de postgrau no semblen tenir pràcticament cap influència en la quantitat percebuda.

La comparació d'aquestes dades amb els estudis realitzats durant el període 2010-2020 permet constatar un clar empitjorament dels salaris. El 2014, García-Avilés et al van situar el salari mensual mitjà del periodista espanyol en 1.556 euros, tot i que hi havia també un 16% dels participants que cobrava menys de 500 euros mensuals (i fins i tot, en alguns casos, els ingressos arribaven a ser zero). Aquest estudi també va comprovar que, sovint, la precarietat fa que els professionals hagin de tenir diverses feines alhora per tal de poder sobreviure, de manera que un 14% dels participants admetien que havien de treballar per quatre empreses o més per poder arribar a final de mes. Finalment, l'informe de l'Asociación de la Prensa de Madrid de 2015 (Palacio, 2015) apunta que el salari base mitjà dels periodistes amb conveni es va reduir un 17% entre 2010 i 2015, de manera que els professionals van passar a cobrar 5.560 euros anuals menys de mitjana.

Pel que fa a Catalunya, la situació no és millor. Segons l'estudi d'Alsus et al (2010), en aquell moment el principal percentatge de periodistes (un 45,2%) tenia uns ingressos d'entre 1.501 i 3.000 euros mensuals, mentre que un 21,5% declarava cobrar-ne entre 1.001 i 1.500 i només un 13,7% superava els 3.000. L'enquesta realitzada l'any 2017 pel Col·legi de Periodistes permet constatar que la situació ha empitjorat considerablement des de llavors, ja que les dades indiquen que el sou mitjà dels treballadors de mitjà a Catalunya se situava entre els 900 i els 1.800 euros mensuals. Segons el mateix estudi, es tracta d'una xifra que contrasta substancialment amb la d'aquells professionals que treballen en l'àmbit de la comunicació corporativa, on els salaris oscil·len entre els 1.200 i els 2.500 euros al mes (Caballero, 2017). Per la seva banda, el col·lectiu Media.cat va realitzar també l'any 2017 l'estudi *A tant la peça*, en el qual van participar 78 autònoms que van explicar quines eren les retribucions que rebien per la seva feina a Catalunya. Algunes de les conclusions va ser que peces publicades en capçaleres de renom amb extensions d'entre 8.000 i 12.000 caràcters es retribuïen amb tarifes d'entre deu i quaranta euros com a màxim, i que la mitjana de cobrament era de 45 dies (Arbós, 2018).

2.2.4.2 Una creixent inestabilitat laboral

Malgrat que el salari és una variable molt important a l'hora de determinar la precarietat, no és l'única. La inestabilitat -és a dir, el tipus de contracte o l'absència del mateix- és una altra de les dimensions que defineixen un mercat laboral precari i, segons les investigacions desenvolupades en l'àmbit espanyol, en el cas del periodisme ha anat clarament a l'alça al llarg dels darrers anys. En aquest sentit, la inexistència d'un conveni marc en el sector del periodisme continua essent determinant, ja que deixa els periodistes en mans de les empreses i això ha obert la porta a una proliferació de contractes temporals o per obra i servei, és a dir, de "col·laboradors" que cobren per peça publicada i que no tenen seguretat social ni vacances pagades, però que han de realitzar unes jornades laborals llargues i imprevisibles (Cantalapiedra et al, 2000).

Dins l'àmbit espanyol, l'estudi de Roses (2011) apunta que el tipus de contracte és important perquè, a banda de garantir una estabilitat més elevada, els periodistes amb contractes a llarg termini gaudeixen generalment de millors retribucions que aquells que estan en situació temporal o com a autònoms. En aquest sentit, el seu informe assenyalava que, en aquell moment, els periodistes amb contractes a llarg termini suposaven gairebé un 70% de la professió, mentre que un 8,6% es troba amb contractes de caràcter temporal, un 11,4% treballava per obra i servei -és a dir, per a un projecte determinat- i només un 10,8% es definia com a autònom. Tot i això, Caro González i Jiménez Marín (2006) adverteixen que a vegades les empreses ni tan sols respecten el tipus de contracte dels seus treballadors, ja que hi ha persones amb contracte temporal a qui s'obliga a treballar a temps complet.

A Catalunya, les dades d'Alsius et al (2010) indiquen que la majoria de periodistes són assalariats (un 63,1%), mentre que un 19,4% són autònoms, xifra que significa gairebé el doble de l'assenyalada per Roses (2011) a tot Espanya. Pel que fa al nombre de periodistes a l'atur, l'estudi apunta a un 3,2%, però els mateixos autors assenyalen que la xifra no és fiable perquè l'enquesta es va distribuir, bàsicament, a través de periodistes en actiu. En aquest sentit, poden ser més fiables les dades que porta l'expresidenta del Consell de la Informació de Catalunya, Llúcia Oliva (2013), que assenyalava que, a Catalunya, el nombre

de periodistes a l'atur va passar de 1.151 a 3.392 entre 2011 i 2012, el que va significar un increment de gairebé el 200%. Aquest augment arriba fins al 811,83% si es compara amb els periodistes que hi havia registrats al Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) l'any 2008, que eren només 372.

Però malgrat aquesta preocupació generalitzada per la inestabilitat laboral, encara són pocs els periodistes que s'aventuren a emprendre un projecte per compte propi (Caro González i Jiménez Marín, 2006). Així doncs, es constata que una major part dels professionals no combreguen amb el discurs neoliberal de l'emprenedoria i es mostren reticents a iniciar projectes propis per la manca de finançament, les males condicions que imperen en el mercat de la comunicació, l'escassetat d'ajudes públiques a l'emprenedoria i la seva falta d'habilitats professionals en àrees com la promoció, el màrqueting o la gestió (Palacio, 2015). Segons l'Informe Anual de la Professió Periodística d'aquell 2015, en aquell moment hi havia registrats 579 mitjans creats per periodistes, dels quals 458 estaven en actiu i 121 havien tancat o portaven més de tres mesos sense haver estat actualitzats. Una bona part es trobaven dins de nivells considerats de "mera subsistència", tot i que es començava a detectar un inici de consolidació de les iniciatives.

2.2.4.3 Sobrecàrrega de feina en l'era de la informació 24 hores

Tal com s'ha observat prèviament, la crisi econòmica de 2008 ha comportat la destrucció de milers de llocs de treball dins l'àmbit periodístic, tot deixant les redaccions més reduïdes i, per tant, més afeblides (Palacio, 2015; Siegelbaum i Thomas, 2015; Deuze i Witschge, 2017). I com que encara no s'ha trobat un model de negoci a Internet amb garantia d'èxit, Birsén (2011) assenyala que moltes redaccions de mitjans nadius digitals ja neixen amb una xifra de redactors més reduïda que les tradicionals, de manera que han d'assumir tasques i responsabilitats d'allò més diverses. Tanmateix, aquesta retallada generalitzada de les empreses periodístiques en recursos humans no ha anat acompanyada d'una reducció del volum de feina, sinó al contrari, ja que Internet i les noves tecnologies han proporcionat als professionals noves eines que sovint han anat acompanyades d'una major exigència.

L'eclosió d'Internet ha permès a les empreses oferir un ventall cada cop més ampli de continguts per a un nombre creixent de plataformes, fet que ha obert la porta a la convergència i ha esborrat els límits que anteriorment existien entre els diferents tipus de mitjans (Singer, 2006). D'aquesta manera, un únic mitjà pot oferir actualment a través d'Internet informació escrita, imatges, talls de veu, interacció amb els usuaris i molts altres tipus de continguts, de manera que els periodistes, que abans podien disposar de diverses hores per treballar una informació, ara ho han de fer en pocs minuts -per tal de ser els primers a donar la notícia- i alhora es veuen obligats a produir continguts per a diferents plataformes, de manera que han d'assumir cada cop més tasques, com escriure un text, adequar-lo al món digital, gravar i editar vídeos i talls de veu i preparar podcasts, entre altres (Keeble, 2009; Birsén, 2011).

Segons l'estudi realitzat per Siegelbaum i Thomas (2015), les retallades en les plantilles dels mitjans han fet que aquells professionals que han aconseguit mantenir els seus llocs de treball s'hagin vist obligats a dedicar menys temps a cada tasca, menys recursos al treball d'investigació o hagin hagut de cobrir àrees territorials cada cop més grans. De la mateixa manera, cada cop es necessiten més periodistes "tot terreny" i hi ha menys espai per als especialitzats (García Avilés, 2014). Un exemple proper són els redactors de l'Agència Catalana de Notícies (ACN), a qui es requereix la polivalència suficient per produir notícies escrites, fer fotografies, agafar talls de veus i filmar i editar vídeos (Sánchez, Micó i Justel, 2017). Segons alerten els tres autors, aquest model de periodista multitasca, també conegut com a "periodista-orquestra", pot afectar l'habilitat del periodista per informar de forma correcta, ja que dominar les tècniques de fotografia i vídeo pot fer que els periodistes disposin de menys temps i energia per identificar i verificar les fonts i augmenten les possibilitats de cometre errors que podrien perjudicar la credibilitat de l'agència.

El resultat és que els periodistes han de treballar més, però amb menys recursos, per poder mantenir els seus llocs de treball, circumstància que els situa en un major risc de patir estrès i "cremar-se" laboralment i els fa susceptibles d'acabar abandonant la professió (Deuze i Witschge, 2017: 6-7). D'aquesta manera, Reinardy (2011) constata que en els darrers anys no ha fet més que accentuar-se la situació tradicional d'estrès, competició i

sobrecàrrega de treball que s'ha viscut sempre a les redaccions. En canvi, Roses (2011) adverteix que les creixents exigències professionals amb què es troben els periodistes sovint no es veuen recompensades amb unes condicions laborals adequades ni amb una remuneració corresponent. Al contrari: sovint se'ls exigeix treballar més durament i de forma més eficient per compensar el fet que les redaccions s'han aprimat, de manera que els professionals que queden a les redaccions acaben fent moltes més tasques i més variades (Reinardy, 2011; Siegelbaum i Thomas, 2015).

A tot això se li ha de sumar el fet que Internet també ha permès produir i consumir informació durant les 24 hores del dia (Deuze i Yeshua, 2001), fet que ha abocat els mitjans digitals a una constant cursa contrarellotge per ser els primers a publicar una informació (Singer, 2003; Micó et al, 2008; Riordan, 2014). Sovint es valora més –tant per part del públic com dels mateixos mitjans- el fet de donar una primícia que no pas fer-ho de forma acurada, i més en un moment en què, com s'ha vist, els periodistes han perdut el monopoli de la gestió de la informació i han de compartir l'espai comunicatiu qualsevol persona que en un moment determinat vulgui distribuir informació a través de la xarxa (Singer, 2007; Ward i Wasserman, 2010; Birsén, 2011). Aquesta circumstància obliga els mitjans a oferir un ritme de producció i actualització cada cop més alt per tal de poder seguir essent competitius, i això pot tenir conseqüències negatives en la qualitat de la informació que es publica. En un entorn en què els rivals estan a tot arreu i poden disseminar informació en qualsevol moment, els periodistes han de lluitar més que mai per ser els primers a publicar, fet que resta als professionals el temps necessari per aconseguir una bona feina i revisar-ne els resultats (Bilbeny, 2012, Beckett i Deuze, 2016). Això pot fer que, segons Deuze i Yeshua (2001: 285), els periodistes se sentin temptats de “tirar l'ètica per la borda” a favor d'una exclusiva o per poder mantenir el ritme de publicació durant 24 hores al dia.

En els mitjans espanyols, només una minoria de caps de redacció està disposada a renunciar a ser la primera en publicar una informació a canvi de poder donar-la correctament (García Avilés, 2014). Es tracta d'una cursa que, segons Micó et al (2008: 17) és “absurda”, ja que en la majoria de casos s'ofereixen teletips d'agència que al cap de pocs minuts la resta de mitjans reproduiran de forma idèntica. Almiron (2006), per la

seva banda, alerta que la velocitat en molts casos s'acaba convertint en una finalitat en si mateixa, de manera que la urgència pot acabar restant força a les notícies realment importants. Tot i això, alguns editors es justifiquen assegurant que l'audiència prefereix la velocitat i no està preparada per esperar que els mitjans aconseguixin verificar la informació (Riordan, 2014).

Aquesta situació d'estrès pot fer que els treballadors de mitjans es cremin més fàcilment i es puguin sentir menys vinculats a la feina (Ekdale et al, 2014). En aquest sentit, Roses (2011) detecta una certa preocupació dels professionals per la qualitat del producte periodístic, ja que aquells treballadors que es veuen sobrecarregats de feina alerten que tenen més dificultats per cobrir en bones condicions les notícies que són realment importants (Roses, 2011). Els periodistes digitals enquestats per García-Avilés (2014) corroboren aquesta tesi, tot alertant del risc que comporta el periodisme multitasca i la necessitat d'actualitzar la informació de forma constant. En aquest sentit, asseguren que els agradaria poder fer peces més elaborades, però els és impossible: a hores d'ara, els webs difícilment donen rendibilitat i per tant no poden comptar amb més recursos.

2.2.5 Els perfils de la precarietat

Malgrat que la precarietat en el món de la comunicació és un fenomen cada vegada més generalitzat, algunes de les investigacions que s'han dut a terme fins ara ja apunten que hi ha determinats perfils que són més proclius a patir-la. En el cas espanyol, diversos estudis apunten que els col·lectius més vulnerables davant la precarietat són les dones, els joves, els treballadors dels mitjans digitals i els autònoms (Gómez Aguilar, 2009; Alsius et al, 2010; Roses, 2011; García-Avilés et al, 2014; Palacio, 2015). Aquest subapartat analitzarà la situació en què es troben aquests quatre col·lectius a nivell espanyol i català.

2.2.5.1 Dones: una desigualtat estructural

La tardana incorporació de la dona al mercat laboral remunerat, després d'haver treballat durant molts anys de forma irregular i gratuïta sense pràcticament cap reconeixement

(Gill i Pratt, 2008), explica, en part, que el col·lectiu femení hagi estat tradicionalment un dels més afectats per la precarietat laboral en pràcticament tots els sectors professionals (Lorey, 2006). Els mitjans de comunicació no en són l'excepció, i malgrat els avenços que s'han produït en els darrers anys, hi ha estudis que demostren que les periodistes sovint han rebut salaris més baixos que els seus companys homes per fer la mateixa feina i han patit una discriminació de gènere que en molts casos continua avui en dia (Salamon, 2016). En aquest sentit, Gallego (2011) recull un estudi de la Internacional Women Media Foundation, que inclou 552 empreses informatives de 59 països diferents, que constata que malgrat que les dones representen un 35% de les professionals en mitjans de comunicació, la xifra cau fins a un 27% quan es parla de càrrecs de direcció.

A Espanya, les recerques que s'han dut a terme en els darrers anys mostren com el periodisme ha experimentat una progressiva feminització, ja que cada cop hi ha més dones que obtenen aquesta titulació (Gómez Aguilar, 2009; Rivero i Meso, 2014). Aquest creixement de les llicenciades i/o graduades s'ha traduït en una progressiva feminització de les plantilles, tot i que s'ha vist limitada en les franges d'edat més joves: a partir d'una mitjana edat, les dades indiquen que una elevada xifra de dones abandona la professió, majoritàriament per formar poder una família, circumstància que sol ser incompatible amb les condicions laborals i rutines professionals que imposen moltes empreses periodístiques (Rivero i Meso, 2014). En el cas de Catalunya, la situació és similar: segons la recerca d'Alsus et al (2010), la diferència entre dones i homes s'ha reduït en els darrers anys, tot i que aquests últims continuen essent majoritaris. També constata, tanmateix, que els principals percentatges de dones es concentren en les franges d'edat més joves, mentre que entre les majors de 55 anys representen una xifra pràcticament insignificant.

Una de les explicacions que el món acadèmic ha donat a aquest fenomen és que, malgrat que les dones entren sense problemes al mercat laboral, un cop a dins no compten amb les mateixes oportunitats d'ascendir que els seus homòlegs masculins. Diversos estudis han constatat que els sous de les dones són més baixos i que aquestes experimenten un major grau de precarietat que els seus col·legues homes, ja que registren un percentatge més elevat de contractes temporals i una taxa més alta d'atur (Gómez Aguilar, 2009; Roses, 2011; Rivero i Meso, 2014; Palacio, 2015). A més, estudis com els de Gómez

Aguilar (2009) i Cantalapiedra et al (2000) també constaten que les dones gaudeixen de menys oportunitats d'accedir a càrrecs de responsabilitat, fet que cronifica la diferència salarial entre els dos gèneres. Segons Roses (2011), el fet que hi hagi poques dones ocupant càrrecs de responsabilitat i moltes com a redactores de base provoca un greu biaix salarial a favor dels homes, mentre que també hi ha casos més extrems en què perceben un salari inferior al dels seus companys masculins malgrat fer exactament la mateixa feina. Estudis més recents, com l'Informe Anual de la Professi3 Periodística (Palacio, 2015), demostren que la preeminència masculina en càrrecs directius ha disminuït gradualment, però continua existint.

Entre les causes que s'apunten per a la desigualtat d'oportunitats hi ha la maternitat. Rivero i Meso (2014) apunten que aquesta és la principal causa per la qual les dones abandonen la seva carrera periodística, ja que en la majoria de casos són elles les que es fan càrrec dels fills i les empreses de comunicaci3 no faciliten especialment les mesures per conciliar la vida laboral i familiar. En aquest sentit, subratllen que les extenses jornades de treball (sovint d'entre vuit i deu hores), que requereixen una gran flexibilitat i una dedicaci3 total a la feina, fa que sigui especialment complicat per a les dones mantenir la seva feina si volen tenir cura dels fills. De fet, afegeixen que en molts casos són elles mateixes les que s'autoimposen frens en les seves carreres professionals quan veuen la impossibilitat de conciliar, de manera que les que decideixen quedar-se ho fan, moltes vegades, renunciant a la maternitat.

Un altre factor que contribueix a l'absència de dones en càrrecs directius és la tradici3 masculina en l'organitzaci3 de les empreses, que sovint compten amb un sistema d'ascensos poc formalitzat i per tant arbitrari, alhora que hi ha una certa desconfiança del personal directiu en la capacitat de lideratge de les dones (G3mez Aguilar, 2009). En aquest sentit, Rivero i Meso (2014) assenyalen que, a m3s, les dones amb responsabilitats familiars poden participar poc en les trobades informals fora de l'horari laboral, on es prenen decisions i a vegades es decideixen ascensos sense tenir-les en compte. Així doncs, consideren que es tracta de mecanismes de discriminaci3 que actuen de forma soterrada i que per tant s3n m3s difícils d'identificar. Aquesta inferioritat en les seves condicions laborals en relaci3 als homes fa que, en diversos estudis, les dones siguin el col·lectiu m3s

preocupat per fenòmens com l'intrusisme professional, ja que temen que els faci perdre més oportunitats (Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009; Figueras-Maz et al, 2012).

2.2.5.2 Joves: un llarg camí cap a l'estabilitat

A tot el món occidental, els joves d'entre 20 i 40 anys són els més afectats per les noves formes de treball precari, ja que es tracta de la generació que més s'ha trobat amb les polítiques neoliberals i desregularitzadores de molts governs occidentals, de manera que les seves perspectives d'aconseguir un lloc de treball fix i estable per a tota la vida són cada cop més baixes (Gill i Pratt, 2008; Ross, 2008). Segons Deuze i Witschge (2017), molts d'aquests joves ja són conscients que hauran de fer els seus primers passos en el món laboral com a autònoms, que al llarg de la seva carrera professional hauran d'afrontar un alt nivell de competitivitat i que els serà complicat trobar una feina estable. És per això que el col·lectiu de periodistes joves, les seves condicions laborals i les seves perspectives professionals han estat objecte d'estudi de diverses investigacions.

Un dels principals problemes amb què es troben els joves periodistes és la saturació del mercat laboral. Tant a Catalunya com a Espanya, la ja mencionada destrucció de llocs de treball, combinada amb una àmplia oferta d'estudis universitaris de periodisme i/o comunicació, dificulta que els joves puguin aconseguir un lloc de treball quan s'acaben de graduar, ja que cada any hi ha més nous titulats dels que el mercat pot absorbir. Segons l'Institut Nacional d'Estadística, l'any 2010 hi havia a Espanya 37 universitats impartint els estudis de Periodisme (Rivero i Meso, 2015). A Catalunya, a l'hora de redactar aquestes línies, existeixen deu universitats que ofereixen estudis de periodisme i/o relacionats amb l'àmbit de la comunicació: Universitat Pompeu Fabra (grau en Periodisme), Universitat Autònoma de Barcelona (grau en Periodisme), Universitat de Barcelona (grau en Comunicació i Indústries Culturals), Universitat Ramon Llull (grau en Periodisme i Comunicació Corporativa), Universitat de Vic (grau en Periodisme), Universitat Internacional de Catalunya (grau de Periodisme), Universitat de Girona (grau en Comunicació Cultural), Universitat Rovira i Virgili (grau en Periodisme), Universitat de Lleida (grau en Comunicació i Periodisme audiovisuals) i Universitat Oberta de Catalunya (grau en Comunicació). Tot i això, en els darrers anys s'ha anat produint un

cert estancament en el nombre d'estudiants de Periodisme, ja que ha deixat de ser una titulació "de moda" i els estudiants han anat prenent consciència de la complicada realitat professional a la qual s'hauran d'enfrontar en el mercat laboral (Caro González i Jiménez Marín, 2006: 318).

Aquesta saturació del mercat laboral fa que hi hagi una elevada competència per accedir a un lloc de treball, de manera que molts joves accepten el treball gratuït amb l'esperança que els serveixi com a via d'accés a una feina remunerada. D'aquesta manera, l'accés a la professió sovint es fa a través de contractes de pràctiques, temporals o de beques, que en alguns casos s'allarguen durant molts més anys del que seria raonable (González Caro i Jiménez Marín, 2006). Però si anys enrere ser becari o estudiant en pràctiques es considerava com una de les vies més factibles d'accés al món laboral, actualment això només passa en comptades ocasions. Diversos investigadors alerten que, en moltes ocasions, es produeix un abús per part de les empreses i els estudiants s'acaben convertint en mà d'obra gratuïta: Caro González i Jiménez Marín (2006) alerten que, un cop acabada la seva formació, molts joves es veuen obligats a continuar amb contractes de pràctiques durant diversos anys, mentre que Cantalapiedra et al (2000) indiquen que determinades empreses es nodreixen d'aquests becaris o estudiants en pràctiques per fer exactament les mateixes tasques que correspondrien a un graduat, la qual cosa pot suposar un frau laboral perquè es tracta de mà d'obra gratuïta i empitjora les condicions laborals de la resta de professionals. Segons Palacio (2015), aquestes circumstàncies fan que els períodes d'espera per aconseguir una oportunitat laboral s'allarguin i les esperances dels joves per incorporar-se a la professió no deixen de disminuir.

Aquestes dificultats que experimenten els joves periodistes a l'hora d'incorporar-se al mercat laboral es reflecteixen també en els seus salaris, que són els més baixos de la professió. Tal com succeeix en la majoria de sectors, en el món del periodisme existeix generalment una correlació directa entre l'edat dels treballadors i els salaris que perceben: la veterania, i per tant l'experiència, solen ser indicadors d'un sou més elevat. El problema és que, en el cas del periodisme, la progressió salarial dels treballadors en l'àmbit del periodisme és cada cop més lenta, de manera que els joves periodistes han de sobreviure més temps en unes condicions més precàries (Roses, 2011; García-Avilés, 2014).

En l'àmbit espanyol, una de les investigacions destacades sobre les condicions de treball dels periodistes joves és la de Roses (2011), que a més de constatar els seus baixos salaris -segons les seves dades, gairebé un 59% dels periodistes menors de 35 anys cobra menys de 1.500 euros mensuals-, adverteix que el salari va cada cop més lligat a l'experiència i menys a la formació, de manera que una major titulació no es tradueix en un millor sou. Així, malgrat que les empreses requereixen cada cop més habilitats i formació continuada als seus treballadors, no ho compensen amb una retribució econòmica més elevada. Aquest estudi també calcula que un graduat de 21 anys en necessitarà catorze d'experiència per aconseguir passar de la franja salarial baixa a una de mitjana.

Per la seva banda, García-Avilés et al (2014) també posen de manifest que la precarietat laboral és especialment alta entre els professionals més joves i alerten que la inseguretat professional s'ha instal·lat en aquest sector, ja que els menors de 30 anys tenen una major tendència a treballar com a autònoms o amb contractes a temps parcial, mentre que entre els 30 i els 50 anys es registren majors percentatges de contractes a temps complet. A més, segons aquest estudi, els joves que entren per primera vegada al mercat de treball es troben amb cada cop més dificultats per aconseguir una feina estable, mentre que aquells que superen els 40 anys senten que les seves posicions estan cada cop més amenaçades. En el cas de Catalunya, Alsius et al (2010) també constata que els salaris dels professionals més joves són inferiors als dels veterans, tot i que el salari mitjà que registra aquella investigació per al col·lectiu de periodistes joves –entre 1.500 i 3.000 euros mensuals- és molt superior als sous que es paguen en l'actualitat.

Per tot plegat, diversos estudis apunten també que el col·lectiu de periodistes més joves –és a dir, menors de 35 anys- és els més sensibilitzat amb totes les qüestions relacionades amb la precarietat, la inseguretat i l'intrusisme professional (Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009; Alsius, 2010; Figueras-Maz et al, 2012). Si es té en compte la variable de gènere, Alsius (2010) indica que el grau de preocupació per la precarietat és similar entre homes i dones durant la seva etapa juvenil, però que a mesura que augmenta l'edat, aquesta preocupació només es manté en el cas de les dones, mentre que tendeix a disminuir

entre els homes. Aquesta dada corrobora, doncs, la ja mencionada constatació que la precarietat és més habitual entre les dones que entre els homes.

Davant d'aquesta situació, alguns professionals veterans opinen que aquesta precarietat converteix els periodistes més joves en més vulnerables i per tant en més susceptibles de saltar-se l'ètica periodística, ja sigui perquè argumenten que “no els queda més remei” o perquè “la pèrdua de valors i d'educació professional fa que els sigui tot igual” (Macià-Barber i Herrera-Damas, 2010: 97). Aquesta visió es veu corroborada per la investigació d'Alsus et al (2010), que detecta que els periodistes joves estan menys preocupats que els veterans per qüestions com la falta d'independència o la concentració de mitjans. Per la seva banda, Farias i Roses (2009) consideren que la qualitat del producte periodístic “no pot fer més que empitjorar si se segueix aplicant la política de sacrificar els professionals més experimentats o més qualificats”.

Aquesta preocupació pel futur dels joves periodistes no és exclusiva d'Espanya, sinó que s'estén també en l'àmbit global. O'Donnell (2016) adverteix que les retallades i acomiadaments que han afectat als professionals més veterans han deixat els joves sense referents, de manera que aquests es troben que han d'assumir grans càrregues de treball sense cap guia i, per tant, la seva tasca es veu inevitablement afectada. En un altre estudi, Reinardy (2011) constata que la precarietat amb què es troben molts joves els suposa un alt grau de cansament i cinisme, fent-los especialment vulnerables al “síntoma del treballador cremat”. En una enquesta realitzada per l'autor, detecta que gairebé un 75% dels periodistes menors de 34 anys tenen intenció d'abandonar el sector de la premsa escrita o que com a mínim s'ho plantegen, davant la manca d'ofertes laborals i l'elevat nivell d'estrès que genera la professió.

2.2.5.3 Treballadors digitals: un “refugi” enverinat

Com s'ha observat prèviament, els mitjans digitals han anat guanyant lectors a un ritme vertiginós al llarg dels últims anys, amb audiències que sovint han acabat superant les dels mitjans escrits. La majoria de capçaleres han migrat a Internet i també han aparegut

nous mitjans nadius digitals, de manera que l'entorn digital s'ha convertit en un nou nínxol de treball per a periodistes, però la falta de rendiment econòmic de molts d'aquests webs fa que les condicions que ofereixen els mitjans digitals siguin, generalment, més precàries que les dels mitjans tradicionals. Com a conseqüència, els treballadors de mitjans digitals, molts dels quals són joves acabats de graduar, es troben en una situació especialment precària (Calvo Bermejo, 2005; García Orosa et al, 2005; López i Mellado, 2006; Roses, 2011).

Les recerques que s'han dut a terme fins al moment constaten que, durant els darrers anys, els mitjans digitals s'han convertit, al costat dels gabinets de comunicació, en un dels pocs "refugis" laborals per a periodistes. El sorgiment de nous mitjans a Internet i la possibilitat que té qualsevol periodista de crear-ne de nous amb un cost reduït ha permès crear nous llocs de treball, però el gran problema és que molts d'ells no són de qualitat, sinó que sovint ofereixen en unes condicions més precàries que els anomenats mitjans "tradicionals". El fet que hi hagi tants periodistes a la recerca de feina, sumat a la baixa rendibilitat que obtenen la majoria d'aquests webs, ha provocat que moltes empreses dedicades al periodisme digital no hagin implantat unes polítiques laborals mínimes que dignifiquin el treball del periodista i permetin mantenir el compromís amb la professió (López i Mellado, 2006).

Malgrat que ja té uns anys, un dels estudis de referència dins l'àmbit català és l'enquesta realitzada l'any 2003 pel Grup de Periodistes Digitals de Catalunya, que ja llavors dibuixava un panorama bastant negre per al periodisme digital. Segons aquest document, en el sector abunden els "contractes escombraries, sous baixos, múltiples feines, por a perdre el lloc de treball [...], deteriorament físic després de passar tantes hores davant d'una pantalla d'ordinador i frustració pel poc reconeixement de la feina feta i el poc respecte per l'autoria dels textos" (Calvo Bermejo, 2005: 180). Malgrat puguin haver quedat desfasades, les xifres de l'informe són demolidores: un 35% dels periodistes que treballen en mitjans digitals no tenen contracte laboral, i d'aquests, un 66% són becaris o estudiants en pràctiques (López i Mellado, 2006: 163). A més, els salaris són molt més baixos que la mitjana de la professió, ja que fins a un 38% dels enquestats cobra menys de 900 euros al mes i un 15% es troba per sota dels 300 (Calvo Bermejo, 2005: 178).

L'estudi també alerta que en alguns casos la precarietat s'explica per la falta de beneficis de les empreses, però que hi ha grans companyies que també s'aprofiten de la situació d'instabilitat generalitzada en el sector per explotar els seus treballadors malgrat que els seus números no sigui tan negatius.

Més enllà de Catalunya, la precarietat dels periodistes digitals es reproduïx a les diferents àrees geogràfiques de l'Estat espanyol. A Galícia, la investigació de García Orosa et al (2005: 163) també va detectar que els salaris dels periodistes digitals són baixos amb relació a les tasques que se'ls encomanen: segons el seu informe, el 34% dels periodistes digitals cobrava en aquells moments entre 601 i 901 euros al mes, un 58% percebia entre 601 i 1202 euros mensuals, un 10% treballava per menys de 601 euros i un 3% ni tan sols arribava als 300 euros mensuals.

D'altra banda, també s'ha pogut constatar que els periodistes que treballen en la versió digital de capçaleres tradicionals gaudeixen, generalment, de millors condicions que aquells periodistes que treballen per a mitjans nadius digitals (Calvo Bermejo, 2005). Tot i això, els treballadors que treballen en webs de mitjans tradicionals es queixen, a la vegada, de patir un tracte discriminatori respecte els seus companys, al considerar que les seves condicions econòmiques i laborals són pitjors que les de la resta de la plantilla (López i Mellado, 2006). En aquest sentit, Larrañaga (2009) considera que els webs informatius han estat habitualment tractats com a "mitjans de segona" tant per la resta de periodistes com per les mateixes empreses, en considerar-los un factor de risc per als seus negocis tradicionals.

En aquest sentit, més enllà dels baixos salaris, Internet ha obert les portes a noves formes de precarietat laboral. Una és la manca de contractes en el sector digital, ja que molts mitjans prefereixen tenir col·laboradors externs als quals es pugui rescindir fàcilment la relació laboral "per necessitats de la producció" sense despeses d'acomiadament (Calvo Bermejo, 2005: 177). En molts casos, a més, s'han suprimit redaccions per estalviar costos, de manera que els periodistes treballen des de casa seva (molts d'ells com a autònoms) i cap inspecció pot detectar fraus laborals (López i Mellado, 2006). Aquest

teletreball comporta encara més precarietat, ja que les despeses de telèfon, connexió i Internet solen anar a càrrec del mateix periodista (Calvo Bermejo, 2005).

2.2.5.4 Autònoms: la inestabilitat com a estil de vida

El darrer gran perfil de la precarietat que s'ha detectat fins ara correspon als autònoms, un col·lectiu que ha augmentat considerablement en els últims anys tant a Catalunya com a Espanya i que a la seva intrínseca inseguretat laboral li ha de sumar un empitjorament de les condicions salarials. Segons l'Informe Anual de la Professi3 Periodística, els autònoms són un dels grups professionals que ha experimentat una reducci3 més important de salaris a causa de la crisi iniciada el 2008 (Palacio, 2015). Segons aquestes dades, un 20% dels periodistes autònoms d'Espanya ha vist caure el seu salari fins a un 70% arran de la crisi econ3mica, un percentatge molt superior a la reducci3 que han experimentat els periodistes contractats, que se situa en un 20%. A més, l'informe també posa el focus d'atenci3 sobre la proliferaci3 de "falsos autònoms": és a dir, autònoms que, a la pràctica, només treballen per a una sola empresa -ja que sovint és el mateix mitjà qui els demana exclusivitat- però que no tenen accés a un contracte de treball. Segons aquestes dades, un 44% dels periodistes autònoms que treballen a Espanya ho fan per a una única empresa, i d'aquests, la meitat són "falsos autònoms".

En l'àmbit de Catalunya, l'estudi d'Alsius et al (2010) constata que, fa una dècada, els autònoms suposaven gairebé un 20% dels periodistes que treballen a Catalunya. Malgrat que no consten dades més recents, una enquesta duta a terme pel Col·legi de Periodistes constata que només un 4,5% dels periodistes autònoms de Catalunya tenia intenci3 de ser-ho a l'inici de la seva carrera professional, de manera que la immensa majoria s'hi ha vist abocats per les circumstàncies del mercat i no per elecci3 pròpia. A més, tots ells denuncien uns nivells de precarietat superiors a la mitjana, que tenen a veure tant amb el sou que perceben com amb les condicions laborals i la relaci3 que mantenen amb les empreses per a les quals treballen (Caballero, 2017).

Aquests resultats són consistents amb altres investigacions sobre periodistes autònoms que s'han dut a terme tant a Espanya com a arreu del món i que constaten que el neoliberalisme polític i econòmic ha propiciat l'auge d'aquesta figura, malgrat que en la majoria de casos es tracta d'una necessitat i no d'una lliure elecció per part del treballador. Fa més de vint anys, quan el periodisme encara vivia una època de bonança, Franklin (1997) ja alertava que el mercat liberal estava forçant cada cop més periodistes a convertir-se en autònoms davant dels acomiadaments i la falta d'oportunitats laborals. Des de llavors, aquesta tendència no ha fet més que accentuar-se, especialment a partir de la crisi de 2008, i Espanya no n'ha quedat al marge. Un terç dels enquestats per a l'informe de l'APM afirmen que s'han vist obligats a fer-se autònoms per poder continuar treballant, malgrat que en la majoria de casos no sigui una situació desitjada. En canvi, només un de cada quatre ho ha escollit lliurement (Palacio, 2015). Tot i això, es tracta d'una figura que va a l'alça, ja que moltes empreses prefereixen contractar autònoms o subcontractar petites empreses, ja que no es regeixen pels convenis col·lectius i per tant els poden sortir econòmicament més barats (Roses, 2011; Salamon, 2016).

2.3 El marc social en l'exercici del periodisme

Un cop analitzat el marc econòmic en el qual es desenvolupa el periodisme, es fa necessària també una aproximació al seu marc social. Per a fer-ho, és imprescindible determinar quina és la funció social del periodisme -tot contraposant la doctrina liberal amb la teoria de la responsabilitat social- i constatar com la professió s'està veient cada cop més qüestionada per la ciutadania a la qual, teòricament, ha de servir. En aquest context, la deontologia esdevé un element distintiu imprescindible per tal de garantir la supervivència de la professió, i malgrat que l'ètica individual és un primer estadi, no es poden oblidar les condicions amb què els professionals prenen les seves decisions ètiques, de manera que es considera necessari implicar també les empreses a l'hora de garantir la qualitat dels continguts publicats.

2.3.1 La funció social del periodisme

Per aproximar-se als debats sobre la funció social del periodisme, cal tenir primer en compte que el dret de la ciutadania a rebre i difondre informació de llibre és inherent en la democràcia i es troba recollit en l'article 19 de la Declaració Universal de Drets Humans de les Nacions Unides. El seu articulat diu, textualment:

“Tot individu té dret a la llibertat d'opinió i d'expressió; aquest dret inclou el de no ser molestat a causa de les seves opinions, el d'investigar i rebre informacions i opinions, i el de difondre-les, sense cap limitació de fronteres, per qualsevol mitjà d'expressió”.

Declaració Universal de Drets Humans, 1948

El periodisme, doncs, s'erigeix com una eina primordial per garantir aquest dret, ja que a través dels mitjans de comunicació es facilita la participació de la ciutadania en assumptes polítics, es vertebrava l'esfera pública i es condiciona l'opinió de la ciutadania (Bonete Perales, 1999; Aznar, 2005). En aquest context, un cop superats uns orígens en què la premsa va tenir sobretot un caire ideològic i partidista, el naixement de la premsa comercial enfocada a les masses va desencadenar un debat –que encara segueix obert– sobre quina és la millor manera que tenen els mitjans per complir amb les seves obligacions envers la ciutadania. En la història del periodisme contemporani, destaquen dos corrents principals: la doctrina liberal i la teoria de la responsabilitat social.

La doctrina liberal, de forta tradició als Estats Units, considera que la principal funció dels mitjans ha de ser controlar el poder, tot exercint com a “gossos de vigilància” (*watchdogs*), i defensa que per aconseguir-ho tant mitjans com periodistes han de gaudir de la màxima llibertat possible (Aznar, 2005). D'aquesta manera, demana la mínima intervenció de l'Estat en la regulació dels mitjans de comunicació, tant en l'àmbit econòmic com de continguts, i creu que ha de ser el mercat –és a dir, la ciutadania– qui decideixi, amb el seu consum, quin tipus d'informació desitja. En aquest sentit, Fowler (citada a Hallin, 2000: 234), assenyala que l'interès públic “és allò que interessa al públic”, de manera que, segons la lògica liberal, el mercat i les seves pautes de consum han de ser

l'única base per a definir el producte informatiu. Segons el corrent liberal, l'única regulació dels mitjans ha de venir per part de la ciutadania, que amb el seu consum decideix quins mitjans sobreviuen i quins estan condemnats a desaparèixer.

La doctrina liberal ha estat durament criticada per aquells que consideren que, lluny d'utilitzar la llibertat per a defensar l'interès públic, els mitjans només estan preocupats pel seu propi benefici i això els fa especialment sensibles a les pressions econòmiques i polítiques (Bardoel i d'Haenens, 2004; Aznar, 2005). De la mateixa manera, a aquest model se li ha retret que la seva falta de regulació en l'àmbit econòmic hagi permès concentrar la propietat de la majoria de mitjans en mans d'unes poques empreses, creant així un oligopoli i convertint la premsa en una simple extensió de la resta de poders fàctics (O'Neill, 1992). Això dificulta la possibilitat que nous actors mediàtics es puguin fer un lloc en aquest mercat, de manera que, segons els crítics, la doctrina liberal acaba afavorint només els sectors més poderosos de la societat i no fa més que limitar la llibertat d'expressió (Alsius 1998; Compton i Benedetti, 2010).

Les crítiques a la doctrina liberal han suposat i segueixen significant un corrent important dins dels estudis relacionats amb la comunicació. Als Estats Units, el corrent liberal va ser durament qüestionada per primer cop per la Comissió Hutchins, de la Universitat de Chicago, que l'any 1947 va publicar un informe on acusava els mitjans de ser socialment irresponsables i defensava que la llibertat de premsa no es podia exercir per lliure, sinó que havia d'anar acompanyada d'una responsabilitat social per part dels mitjans (Merrill, 1997). Malgrat que, d'entrada, les empreses es van oposar a aquesta visió, al considerar que frenava la seva llibertat d'expressió i de negoci, l'informe de la Comissió Hutchins va suposar un punt d'inflexió en la manera d'entendre el periodisme i des de llavors hi ha hagut cada cop més veus crítiques amb el model liberal, dins i fora dels Estats Units. Una de les obres de referència en aquest àmbit és *Manufacturing Consent* (Herman i Chomsky, 2002), editat per primer cop l'any 1988 i que, des de la perspectiva de l'economia política, denuncia que els mitjans de comunicació estan configurats sota un model exclusivament propagandístic que només serveix per donar suport als interessos dels poders polítics i econòmics. Segons assenyalen els seus autors, factors com la concentració de la propietat dels mitjans, la influència del poder governamental o la dependència de la publicitat com

a font d'ingressos fan que en els mitjans hi hagi poc espai per a l'expressió de la dissidència.

L'any 1956, la publicació del llibre *Four Theories of the Press*, de Wilbur Schramm, Fred Siebert i Theodore Peterson, va establir quatre teories sobre el control de la premsa: la liberal, l'autoritària, la comunista i la de la responsabilitat social, directament hereva dels postulats de la Comissió Hutchins. A partir d'aquí, la teoria de la responsabilitat social, que considera la informació com un bé públic i no com una simple mercaderia, es va anar popularitzant com a oposició al model liberal (Alsius, 1998). Segons la teoria de la responsabilitat social, que és la que aquesta investigació agafa com a punt de partida, la principal funció del periodisme consisteix a oferir informació veraç i contrastada a la ciutadania amb l'objectiu d'encoratjar el debat públic i permetre a la societat la presa de decisions raonades (O'Neill, 1992; Frost, 2000; Starck, 2001; Kovach i Rosenstiel, 2003; Singer, 2003; Hackett, 2005; Almiron, 2006; Hayes et al, 2007; Christians, 2009; Keeble, 2009; Birsén, 2011; Oliva, 2013).

Assumint que els mitjans exerceixen una gran influència sobre la ciutadania, la teoria de la responsabilitat social, a diferència de la liberal, considera imprescindible que la pràctica diària del periodisme garanteixi uns estàndards de qualitat. Partint d'aquesta premissa, el periodisme ha de ser exercit amb ètica per tal de poder complir amb la seva funció de servei públic (Kieran, 1997; Randall, 2000; Sanders, 2003; Christians, 2009; Real, 2010; Bilbeny, 2012; García-Avilés, 2014) i, malgrat estar emparats pel dret a la llibertat d'expressió, els mitjans han de ser capaços d'exercir-la amb responsabilitat, sense traspasar "línies vermelles" com la falta de rigor, la mentida, l'assalt a la intimitat o la burla de les persones (Bilbeny, 2012: 41). Segons aquest ideal de professió, els periodistes haurien de treballar a favor de l'interès públic, estar compromesos amb la recerca de la veritat i ser capaços de garantir el pluralisme (O'Neill, 1992; Hardt, 2000; Starck, 2001; Kovach i Rosenstiel, 2003; Sanders, 2003; Harcup, 2007; Singer, 2007).

2.3.2 Una professió qüestionada i amb problemes d'identitat

Si es contempla l'estat actual del periodisme des de la perspectiva de la responsabilitat social, es pot observar que, igual que en l'àmbit econòmic, la professió també està experimentant una greu crisi en l'àmbit social, ja que està essent cada cop més qüestionada per la ciutadania i pateix greus problemes d'identitat derivats de l'aparició d'Internet. Segons Hallin i Mancini (2008), una de les característiques del sistema mediàtic espanyol és el seu baix nivell de professionalització, al qual s'ha de sumar el fet que l'accés a la professió no està regulat, de manera que no és necessària cap titulació, cap llicència ni cap obligació a pertànyer a un col·legi professional per poder exercir com a periodista. A la pràctica, això vol dir que qualsevol persona pot exercir el periodisme i ningú el pot expulsar de la professió. Tot plegat, sumat al fet que la premsa espanyola té tirades curtes i es dirigeix més a una elit polititzada que al conjunt de la ciutadania, ha fet que en aquest país el periodisme no hagi tingut, tradicionalment, la mateixa influència en la societat que en altres països del nord d'Europa. En aquests moments, la professió pateix una crisi de credibilitat –la societat li està retirant cada cop més la seva confiança- i s'està veient obligada a redefinir-se a causa de l'aparició d'Internet, que permet a qualsevol persona distribuir informació a través de la xarxa de forma senzilla, ràpida i a baix cost.

2.3.2.1 Descens de la credibilitat

Al llarg dels darrers anys -sobretot a partir de la proliferació de les noves tecnologies-, el periodisme ha patit una crisi de credibilitat que no només se circumscriu en l'àmbit espanyol i català, sinó que és d'abast global i que ha estat àmpliament estudiada des de l'àmbit acadèmic. Internet ha permès trencar el paradigma de la comunicació unidireccional, en què els mitjans (emissors) eren els únics que podien transmetre informació a la ciutadania, que exercia únicament de receptora. Ara, les noves tecnologies permeten una comunicació multidireccional, en què la ciutadania pot ser alhora receptora i emissora d'informació, de manera que aquesta pot jugar un paper molt més actiu en tot el procés i mostrar públicament una actitud més crítica amb el comportament dels mitjans. Això fa, segons Merrill (1997:1), el periodisme i els seus treballadors siguin vistos cada cop per més gent com “villans socials” que només ofereixen informació superficial, negativa i sensacionalista que “danya la salut de la societat”, mentre que Bonete Perales (1999: 23-25) considera que els mitjans han perdut “credibilitat i sensibilitat moral” per

haver-se orientat a criteris “d’utilitat, immediatesa, eficàcia i rendibilitat”. Espanya i Catalunya no són, ni de bon tros, l’excepció d’aquesta crisi, de manera que els seus mitjans també han experimentat un pronunciat declivi de la credibilitat (Almiron, 2006; Ruiz et al, 2007; Micó et al, 2008).

Tal com apunta Alsius (1998), la indústria de la comunicació té una alta preocupació per conèixer la resposta de la ciutadania en termes d’audiència, però en canvi existeixen pocs mecanismes per saber què esperen els ciutadans de l’oferta informativa en termes ètics. Tot i això, hi ha estudis que donen algunes pistes. Segons l’enquesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de febrer de 2013, era la tercera professió pitjor valorada pels espanyols, només per darrere dels jutges i els policies locals (CIS, febrer de 2013). En una enquesta feta a ciutadans de Catalunya, Madrid, País Basc i Andalusia, aquests atorguen una baixa puntuació a l’ètica periodística, entre un 5 i un 6 en una escala de 10, i l’atribueixen a diversos factors, que van des de la pressió exercida per les mateixes empreses fins a les pressions externes, l’actitud del periodista i les pressions dels anunciants (Real, 2010). Més recentment, l’Informe Anual de la Professi3 Periodística de l’APM de 2015 també detecta que tant la ciutadania com els mateixos periodistes tenen un baix nivell de confiança en els mitjans de comunicaci3. De fet, la valoraci3 que fan els periodistes del grau d’independència amb què treballen se situa en un 4,2 sobre 10 (Palacio, 2015). Segons Farias i Roses (2009: 20-21), aquesta crisi de confiança s’estén sobretot en aquelles àrees que tenen un major interès públic, com ara la política nacional, la política local i la informaci3 financera i de negocis, i el descrèdit no fa més que seguir creixent: cada cop hi ha menys ciutadans que pensen que la credibilitat, la fiabilitat, la imparcialitat i la independència siguin virtuts dels periodistes espanyols. En aquest sentit, els mitjans reben acusacions de manca d’ètica, de ser massa inexactes, de fer un “seguidisme” acomodats de les fonts oficials d’informaci3, de sotmetre’s a filtracions interessades i manipulacions barroeres, a convertir en banals qüestions realment transcendents i a una falta de recursos pedag3gics per fer entendre a la ciutadania les qüestions més complicades (Alsius, 1998: 91).

Experts, professionals i ciutadania coincideixen en el sensacionalisme i la manca d’independència com les principals causes d’aquest descens de la credibilitat. En el

context espanyol i català, algunes investigacions apunten a la politització com a principal explicació, acompanyada de l'espectacularització i comercialització de les notícies, l'ús abusiu de teletips d'agència, l'emissió d'imatges èticament discutibles, la publicació de notícies falses, manipulada o amb errors, el predomini de l'opinió per davant de la informació i la impunitat que tenen aquells que ignoren la deontologia (Micó et al, 2008; Oliva, 2013). Per a Farias i Roses (2009: 21), els mitjans han optat pel posicionament ideològic per tal de captar més audiència, fet que ha acabat repercutint en una clara polarització mediàtica –tal com apuntaven Hallin i Mancini (2008)- i en uns productes informatius “sectaris” en què les informacions “no s'expliquen, ni tan sols s'interpreten, sinó que s'opinen”, fet que, a parer seu, confon i desorienta la ciutadania. Bilbeny (2012) considera que el periodisme està perdent legitimitat social perquè el periodisme ha acabat acostant-se massa al poder que suposadament hauria de criticar, de manera que, igual que en el món de la política, s'han produït massa casos d'abusos de poder i corrupció.

Per part dels periodistes, tradicionalment hi ha hagut una certa reticència a acceptar crítiques, i malgrat que a vegades es puguin fer autocrítiques de caràcter intern, rarament transcendeixen a l'opinió pública. Tot i això, cada cop hi ha més periodistes que busquen explicacions al descens de la confiança de la ciutadania i, coincidint amb els experts, l'atribueixen sobretot al sensacionalisme i l'espectacularització (Palacio, 2015). A més, els periodistes estan deixant de sentir-se identificats amb els productes que elaboren, al contrari del que passava només fa uns anys, de manera que el periodisme s'està convertint cada cop més en una professió assalariada en què el periodista ven el seu treball a canvi d'una remuneració, sense més implicació que aquesta (Alsius, 1998).

Finalment, pel que fa als lectors i espectadors, atribueixen majoritàriament el descens de confiança en els mitjans a l'increment dels interessos polítics i econòmics, així com a la falta d'independència i a la transformació cada cop més evident de la informació en espectacle (Farias i Roses, 2009; Palacio, 2015). Davant d'això, Bilbeny (2012: 32) reivindica la importància del paper de la ciutadania a l'hora d'exigir una informació de qualitat, perquè alerta que la indiferència i “l'analfabetisme funcional” poden convertir-se en la “pitjor amenaça” per a la subsistència de la informació.

2.3.2.2 La deontologia com a element distintiu

El fet que el periodisme sigui una professió oberta i en constant evolució li ha generat, des de fa temps, greus problemes d'identitat. Tal com indica Bilbeny (2012), el periodisme s'ha hagut d'anar adaptant als canvis socials i tecnològics que s'han produït al llarg de la història, tot qüestionant-se constantment qui forma part del col·lectiu i quina ha de ser la seva funció. Així doncs, les discussions sobre què significa ser periodista han estat pràcticament intrínseques a la professió. Fins fa pocs anys, la definició de qui era periodista era més senzilla de delimitar, ja que quedava bàsicament circumscrita a aquells professionals que treballaven en una redacció, que era l'únic espai on s'articulava el treball periodístic (Deuze i Witschge, 2017). En els darrers anys, però, aquesta identitat professional s'ha vist qüestionada per l'arribada d'Internet, mitjà que ha acabat amb l'exclusivitat que tenien els periodistes de produir i distribuir informació, ja que, com s'ha mencionat prèviament, ara qualsevol persona amb accés a la xarxa pot fer-ho de forma ràpida i a baix cost¹.

Així doncs, d'ençà de l'arribada d'Internet i del ja mencionat “periodisme ciutadà”, el debat sobre què és periodisme i qui pot ser considerat periodista està més obert que mai. Deuze (2007) adverteix que, en l'àmbit digital, cada cop s'estan difuminant més les fronteres entre el periodisme i altres formes de comunicació com les relacions públiques, els blocs o els podcasts; una opinió recolzada per altres autors que rebutgen que aquestes noves de comunicació puguin ser considerades periodisme, especialment si estan elaborades per ciutadans sense qualificació, ja que no es pot esperar que qualsevol ciutadà porti a terme de forma ètica tota la tasca de comprovació i interpretació que requereix el periodisme (Almiron, 2006). De la mateixa manera, Ruiz et al (2007) alerten que la proliferació de confidencials, blocs i altres formes de “periodisme comunitari mal entès” ha agreujat els problemes de credibilitat que pateix la professió, especialment a Internet.

En aquest context, el periodisme ha necessitat, més que mai, reivindicar-se per tal de no desaparèixer. Alguns autors, com Hayes et al (2007) i Birsen (2011) apunten a la formació com a tret diferencial de la professió, però es tracta d'un criteri que no es pot aplicar a

¹ Veure les discussions sobre el concepte de “periodisme ciutadà” de l'apartat 2.1.4

països com Espanya, on no es requereix cap formació específica per poder treballar en el sector. Per això, en aquest entorn social i econòmic ple d'incerteses, una important corrent d'autors consideren que la línia divisòria entre el periodisme professional i les informacions publicades per la ciutadania ha de venir marcada pels valors ètics i la responsabilitat social. En aquest corrent de pensament s'inclouen Alsius (1998); Almiron (2006); Hayes et al (2007); Singer (2003, 2006, 2007); Keeble, (2009); Bardoel i d'Haenens (2004); García-Avilés (2014); Riordan (2014); McBride i Rosenstiel (2014); Suárez Villegas (2015b) i Beckett i Deuze (2016). Acceptant aquesta premissa, la deontologia acaba essent el que diferencia el periodisme professional de tots els altres tipus d'informacions que qualsevol ciutadà pot publicar a la xarxa.

Aquesta línia de pensament no és un fenomen nou, sinó que compta amb una llarga tradició. Històricament, la decisió de crear codis deontològics va sorgir bàsicament de la mateixa professió, de la necessitat dels periodistes de reivindicar la seva identitat (Laitila, 1995). En els darrers anys, aquesta necessitat s'ha tornat a posar més que mai sobre la taula davant d'aquest escenari digital en què cada cop existeixen més fórmules de comunicació. Paradoxalment, doncs, la crisi professional que viu el sector està tornant a situar la deontologia al centre del taulell, i cada cop més periodistes la prenen com a element destacat del seu discurs corporatiu (Alsius, 1998). I no es tracta només d'una visió teòrica o filosòfica, sinó també pràctica: cada cop més autors consideren que, si el periodisme vol seguir gaudint de la confiança de la ciutadania –i per tant, seguir existint–, el compromís amb l'interès i el servei públic pot acabar essent l'únic tret distintiu dels mitjans en un context en què el ciutadà pot accedir a la informació i l'opinió més ràpid que mai i per multitud de canals (Singer, 2006; Farias i Roses, 2009; Bilbeny, 2012). Per això, Merrill (1997) apunta que cada cop hi ha més periodistes que veuen l'ètica com una garantia de supervivència de la professió a llarg termini. Segons Beckett i Deuze (2016: 4), només un esperit crític, independent i constructiu, amb la idea “d'interès humà” al centre, permetrà que el periodisme pugui mantenir el seu paper social, polític i econòmic enmig dels abundants fluxos d'informació.

2.3.3 Ètica personal vs ètica corporativa

En aquest context de crisi econòmica i social per a la professió periodística, una important corrent d'autors (Belsey i Chadwick, 1992; O'Neill, 1992; Hall, 1998; Frost, 2000; Randall, 2000; Harcup, 2007; Hayes et al, 2007; Singer, 2007; Christians, 2009) subratlla la importància que té l'ètica personal i apel·la a la responsabilitat individual de cada professional a l'hora de mantenir-se ferm en els seus principis davant les possibles pressions que pugui rebre. Aquesta línia de pensament considera que l'ètica personal de cada periodista és el mecanisme de defensa més important amb què compta la professió, i per tant veu imprescindible que els treballadors la protegeixin encara que això pugui topiar amb les directrius que reben de la seva empresa.

Aquesta visió situa, doncs, el periodista al centre de les decisions deontològiques, independentment de les pressions o directrius que pugui rebre per part de la seva pròpia empresa o per part d'agents exteriors. En aquest sentit, Singer (2007:17) apunta que el periodisme requereix “assumir responsabilitats personals per les decisions que es prenen”, de manera que el periodista, encara que no pugui acabar per si sol amb totes les pressions econòmiques i polítiques que rep, ha de ser capaç de defensar la seva integritat davant d'aquestes directrius. El mateix opina Christians (2009:27), que tot i admetre que els periodistes que treballen per una empresa mai poden ser del tot independents a causa de les pressions que reben, no poden culpar les companyies dels seus propis errors ètics, ja que ells són els que prenen les decisions en primera instància. Hayes et al (2007: 268) també apunten a la responsabilitat individual del periodista, tot i advertir que, a ulls del públic, sovint acaba essent l'empresa qui s'emporta les lloances o les crítiques per allò que s'acaba publicant. Anant un pas més enllà, Reinardy (2011: 47) adverteix que, si els periodistes no segueixen individualment aquestes directrius ètiques i no estan disposats a proveir informació de qualitat, “el periodisme de crisi no es podrà trobar a Wall Street o en les xifres de circulació; sinó que es trobarà a les redaccions”. En un àmbit més local, a Catalunya també hi ha exponents d'aquest corrent de pensament: Bilbeny (2012: 71) considera el periodisme una professió especialment vocacional i alerta que “qui no tingui vocació, millor que no triï el periodisme”, mentre que Jiménez (2016: 22) també considera que “l'autoregulació més important és la pròpia del periodista, la que emana de la seva actitud personal fruit del convenciment”.

En l'àmbit de la recerca aplicada, l'estudi europeu MediaAct constata que bona part dels periodistes del continent també reivindiquen la necessitat de mantenir un elevat grau d'ètica personal independentment de les seves circumstàncies i de les pressions que puguin rebre. L'informe assenyala que, a la majoria de països europeus, el periodisme és una professió àmpliament motivada per l'ètica personal, ja que els professionals se senten més obligats a complir amb la seva pròpia consciència que amb els instruments de rendiment de comptes, especialment als països del sud, centre i est d'Europa. En aquest sentit, la majoria de respostes obtingudes reflecteixen un elevat sentit de l'ètica personal, defensen uns alts estàndards periodístics, mostren responsabilitat amb les fonts i exhibeixen un fort compromís amb els valors democràtics (Fengler et al, 2014).

Aquesta visió és compartida per bona part dels professionals espanyols, entre els quals predomina la visió que la base de l'ètica periodística és l'ètica i el compromís personal de cada professional, i que aquest acaba essent el que determina el grau d'ètica de cada mitjà (Macià Barber i Herrera Damas, 2010; García-Avilés et al, 2014). Per exemple, Suárez Villegas (2015a: 103) constata que un 50,3% dels periodistes digitals considera que la solució dels problemes ètics “està en mans de cada periodista”, i atribueix més responsabilitat i capacitat d'actuació en aquest àmbit als professionals que no pas a les empreses. De fet, els professionals consideren que la forma més eficaç de resoldre els conflictes ètics és la negociació interna i individual del periodista amb els empresaris i els editors, en lloc de dirigir-se a instàncies externes de garanties i protecció dels periodistes (Suárez Villegas, 2015). A Catalunya, Alsius et al (2010) arriba a la mateixa conclusió, ja que la majoria de professionals que participen en el seu estudi opinen que el sistema d'autoregulació més eficient és l'exercit pel mateix periodista.

Aquesta línia de pensament, tot i que vàlida i necessària, carrega sobre el treballador tota la responsabilitat deontològica i professional, ja que no té en compte les circumstàncies laborals i professionals amb què el periodista ha de prendre determinades decisions. En aquest sentit, és imprescindible recordar la doble definició de Siegelbaum i Thomas (2015) dels periodistes com a professionals i alhora treballadors que han d'arribar a final de mes, fet que pot ajudar a contextualitzar algunes de les seves actituds. Per això, malgrat la importància d'aquest compromís personal, és imprescindible tenir en compte les

condicions sota les quals s'exerceix el periodisme. I així ho consideren ja alguns autors: Suárez Villegas et al (2009) denuncien que la precarietat laboral desprotegeix el periodista a l'hora d'exercir drets com ara la clàusula de consciència, i Bardoel i d'Haenens (2004) suggereixen que en l'entorn actual, on la vessant comercial dels mitjans s'està imposant clarament a la noció de servei públic, cal que la responsabilitat de l'ètica professional passi dels treballadors individuals als mitjans i institucions. Així doncs, malgrat que l'ètica personal continua essent un element primordial en l'exercici del periodisme, és imprescindible exigir una major implicació ètica a les empreses, ja que en l'actual situació de precarietat els treballadors ho tenen cada cop més difícil per mantenir uns estàndards deontològics si volen conservar el seu lloc de treball.

Entre els autors que consideren que la responsabilitat ètica no pot quedar exclusivament en mans dels periodistes hi ha Alsius (1998) i Bonete Perales (1999), que apunten que l'ètica periodística s'ha de treballar des d'una perspectiva més àmplia i plural, que inclogui tots els actors que formen part del procés comunicatiu, inclosos els acadèmics, propietaris, empresaris, directors i els informadors (Alsius, 1998; Bonete Perales, 1999). Destaquen, doncs, la importància que tenen les empreses, ja que al cap i a la fi són les que tenen l'última paraula sobre la informació que s'acaba publicant. En aquest sentit, Bonete Perales (1999) proposa que totes les empreses facin públics uns principis ètics on quedi reflectida la seva ideologia, els seus objectius i els criteris que segueixen en la seva pràctica professional, ja que això permetria constituir una mena de contracte social entre empresa, treballadors i usuaris. Alsius (1998) apunta que les empreses fins i tot poden veure una motivació comercial a l'ètica, ja que els permet projectar una imatge pública de credibilitat i respectabilitat. Sánchez de la Nieta, Monfort i Fuente-Cobo (2015) reforcen aquesta idea i consideren que el fet d'adoptar públicament una posició de responsabilitat social pot proporcionar a l'empresa una imatge positiva i amb bona reputació (Sánchez de la Nieta, Monfort i Fuente-Cobo, 2015). Per això, Conill (1995:193) apunta a la importància de l'ètica empresarial, segons la qual l'empresa "no seria només una organització econòmica sinó també una institució social, que té una responsabilitat amb la societat, a més de tenir-la amb els accionistes i els treballadors".

Però malgrat la importància estratègica de la responsabilitat social en la construcció de la imatge corporativa, la forta crisi del periodisme ha fet que, durant els darrers anys, la majoria d'empreses hagin posat més la mirada en el compte de resultats que no pas en la responsabilitat social. I és en aquest context que sovint sorgeixen conflictes entre els professionals i les empreses, ja que no sempre és fàcil combinar els interessos empresarials i les conviccions morals dels professionals. Aquí es torna a fer present, doncs, el ja mencionat doble rol del periodista com a professionals i com a assalariats, que es veu particularment influït per les precàries condicions de treball que, com s'ha vist, tenen molts d'ells.

2.4 La recerca sobre precarietat i ètica

Aquest quart apartat recull les investigacions que s'han fet fins al moment que vinculin precarietat laboral i ètica periodística, tot posant de manifest que la perspectiva de l'economia política, molt útil a l'hora d'analitzar la influència dels factors econòmics en els continguts dels mitjans, sovint no ha tingut prou en compte la influència que tenen les condicions laborals dels treballadors en l'elaboració de continguts. Així doncs, malgrat l'extensíssima trajectòria que té la investigació de l'ètica periodística i la també abundant recerca en la sociologia i economia de la professió, l'existència d'una línia d'investigació que uneixi aquests dos conceptes encara és recent -té prop de vint anys- i li queda molt camí per recórrer. En aquest sentit, es recullen les principals investigacions que s'han dut a terme tant a Catalunya com a Espanya vinculant precarietat i ètica, tot posant èmfasi en la necessitat d'actualització el més freqüentment possible davant la rapidesa amb què se succeeixen els canvis econòmics, socials i tecnològics en l'àmbit de la comunicació.

2.4.1 Ètica i precarietat: un binomi poc estudiat

La gran influència social, política i cultural que tenen els mitjans i els professionals que hi treballen ha fet que la deontologia de la informació i la comunicació hagi suscitat un gran interès acadèmic pràcticament des del mateix naixement de la professió (Bonete Perales, 1999). En aquest context, el món acadèmic fa anys que estudia tant la deontologia periodística com els diferents factors polítics, econòmics i socials que condicionen la

pràctica de la professió, com la influència dels poders polítics i/o econòmics, l'organització de les redaccions, les rutines i procediments que se segueixen, o les lleis i normatives que regeixen l'ofici. En aquest aspecte, són especialment rellevants els estudis realitzats des del punt de vista de l'economia política -que estudia la comunicació dins d'un determinat marc polític i econòmic-, en què autors com O'Neill (1992), Bagdikian (1999), McChesney (1999); Hallin i Mancini, (2008); McManus, (1999), i McNair, (2005), entre altres, han estat referents imprescindibles en la recerca sobre les profundes conseqüències que han tingut els imperatius econòmics -com la propietat, els anunciant o la rendibilitat- en els mitjans de comunicació, tot assenyalant la rellevància de l'economia com un dels principals factors que influeix en els continguts publicats i/o emesos.

Però malgrat que l'economia política ofereix una aproximació molt vàlida a la realitat dels mitjans de comunicació, durant molts anys no ha prestat prou atenció a les condicions laborals dels periodistes com a factor d'influència en el contingut que elaboren. No va ser fins a partir dels 2000, i molt especialment arran de la crisi econòmica global de 2008, que va començar a créixer l'interès acadèmic per la pràctica professional del periodisme en temps de crisi, tot i que, tal com subratllen O'Donnell et al (2016) i Deuze i Witschge (2017), la majoria d'estudis se centren en les experiències que viuen els periodistes en les redaccions tradicionals, mentre que les noves formes de treball precari, com ara els autònoms, encara han rebut relativament poca atenció.

Però malgrat que la recerca acadèmica està posant cada cop més el focus en les condicions laborals dels periodistes i comunicadors, encara hi ha pocs estudis que avaluin la influència d'aquestes condicions -sovint precàries i inestables- en els continguts elaborats pels professionals i, més concretament, en la seva ètica. Tot i això, ja fa dues dècades que alguns investigadors criden l'atenció sobre la necessitat d'investigar aquesta qüestió. Un dels més contundents és Harcup, que lamenta que la recerca sobre ètica periodística no hagi escoltat prou la veu dels treballadors i considera que l'acadèmia només podrà analitzar completament la deontologia professional si té en compte les condicions laborals sota les quals el periodisme és produït, tot afirmant que "l'ètica periodística no pot estar separada de les realitats diàries com ara la falta de personal, la inseguretat laboral, les

condicions precàries i els privilegis sense límits dels propietaris” (Harcup, 2002: 112). En una línia similar, Hardt (2000: 218) assenyala que els ideals periodístics es poden veure “severament afectats” per factors com els baixos salaris, la falta de reconeixement dels professionals i una manca generalitzada de satisfacció laboral en el sector, mentre que Sanders (2003:28) considera que la precarietat converteix els periodistes en “dèbils” davant els mitjans pels quals treballen. També Birsén (2011: 240), en un estudi sobre ètica i condicions laborals en mitjans digitals, considera que “les pressions econòmiques, la insuficient formació dels treballadors i les estructures semiprofessionals” que imperen en aquest sector poden portar els periodistes a “cometre errors en els seus judicis ètics”.

Rosenkranz porta aquests plantejaments teòrics a la pràctica amb un estudi sobre la influència que tenen les condicions laborals dels periodistes de viatges als Estats Units en els continguts que publiquen, tot arribant a la conclusió que aquest col·lectiu “ha ajustat la seva ètica a les seves necessitats econòmiques” (Rosenkranz, 2016: 62). En la seva investigació, constata que la percepció de l’ètica d’aquests periodistes s’ha vist afectada per qüestions com les seves condicions de treball, els acomiadaments massius, els salaris cada cop més baixos, el nombre creixent d’autònoms, la circulació gratuïta d’informació a Internet i les dificultats per aconseguir que la ciutadania estigui disposada a pagar per productes periodístics. Els resultats constaten que la necessitat de buscar-se la vida i convertir-se en emprenedors ha suposat un canvi en la manera com aquests treballadors entenen l’ètica periodística i ha generat noves pràctiques, sovint en la frontera entre la publicitat i la informació, que abans s’haguessin considerat èticament inacceptables però que actualment s’assimilen com a vàlides per pura necessitat de subsistència econòmica.

En canvi, Siegelbaum i Thomas (2015), en un estudi fet a partir d’entrevistes en profunditat a quinze periodistes, assenyalen que, malgrat amb la precarietat i la por respecte al futur que pateixen molts professionals, aquests consideren que el seu compromís amb la professió i els seus principis ètics no s’ha desviat, sinó que segueix intacte davant les dificultats creixents per exercir-la. Una situació que, apunten, és ideal per als propietaris dels mitjans, que estan més que satisfets de poder comptar amb treballadors compromesos malgrat tenir unes condicions de treball precàries. Tot i això,

els enquestats també admeten que aquest ideal no sempre s'assoleix, precisament degut a la seva complicada situació laboral.

Aquests estudis que en els darrers anys han començat a vincular precarietat i ètica serveixen per posar les bases d'una nova línia d'investigació, però és evident que encara són totalment insuficients i queda un llarg i intricat camí per recórrer, especialment tenint en compte les diferents casuístiques i el dinamisme laboral, tecnològic i social que impera en el sector de la comunicació. La present investigació, doncs, vol contribuir a recórrer aquest camí que, sense dubte, mereix una major atenció acadèmica, ja que sense tenir en compte les condicions laborals de la força productiva -en aquest cas, els periodistes-, la investigació sobre l'ètica periodística quedarà incompleta.

2.4.2 Les recerques a Catalunya i Espanya

Tant a Catalunya com a Espanya, en els darrers anys també s'ha despertat un creixent interès acadèmic per les condicions laborals dels periodistes i les conseqüències que poden tenir en la seva pràctica professional, especialment a partir de la profunda crisi que pateix el sector des de 2008. En aquesta direcció, s'han impulsat una sèrie de projectes que analitzen la situació laboral dels periodistes i avaluen els principals reptes i amenaces de la professió. Les investigacions realitzades fins al moment, tant en l'àmbit català com espanyol, arriben a conclusions molt similars, ja que constaten que la precarietat laboral és una realitat i una preocupació cada cop més important per professionals i adverteixen que aquestes condicions de treball poden influir en els continguts que elaboren. Tot i això, una de les principals limitacions d'aquest tipus de recerca és l'elevat dinamisme laboral, tecnològic i social que envolta la indústria dels mitjans de comunicació, de manera que una recerca permet oferir un retrat de la situació en el moment i l'àmbit geogràfic en què s'ha dut a terme però queda ràpidament desfasada davant el ritme vertiginós de canvis al qual es veu sotmesa la professió.

2.4.2.1 Projectes d'àmbit català

En l'àmbit català, hi ha dues investigacions que ofereixen un retrat minuciós del periodisme, les seves condicions laborals i la situació de la professió: el *Llibre Blanc de la Profesió Periodística a Catalunya* (Soler et al, 2006) i *The ethical values of journalists: field research among media professionals in Catalonia* (Alsius et al, 2010), que ofereixen un retrat socioeconòmic dels periodistes catalans en dos moments de la història recent. A més, de forma bianual l'Observatori de la Comunicació a Catalunya publica *L'Informe de la Comunicació a Catalunya*, que ofereix una detallada radiografia de la situació de la comunicació a Catalunya (Civil i López et al, 2019), malgrat que no aprofundeix en les condicions laborals dels professionals.

El *Llibre Blanc de la Profesió Periodística a Catalunya*, publicat l'any 2006, va ser promogut pel Col·legi de Periodistes i materialitzat per un equip d'investigadors de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Combinant metodologia quantitativa (enquestes) i qualitativa (entrevistes en profunditat), va resultar pioner en l'anàlisi de les condicions laborals i socioeconòmiques dels periodistes catalans, convertint-se així en el primer referent en la matèria. En aquest estudi ja es mencionava la precarietat com a "signe dels nostres temps" -tot i que les dades mostren que els salaris d'aquell moment eren superiors als d'estudis posteriors- i assenyalava que alguns col·lectius, com les dones i els joves, eren especialment vulnerables davant d'aquesta precarietat. A més, la investigació també recollia i analitzava les opinions dels periodistes catalans sobre qüestions relacionades amb la identitat professional, la normativa i la deontologia, tot i que no ho vinculava de forma específica a les seves condicions laborals.

L'any 2010 es va publicar *The ethical values of journalists: field research among media professionals in Catalonia*, realitzat pel Grup de Recerca en Periodisme (GRP) de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), que oferia una profunda radiografia de la professió a través d'enquestes a 1.198 professionals catalans on es recollien també les seves opinions sobre qüestions deontològiques. Es tracta d'un extens estudi quantitatiu en què s'aborden, entre altres, quines són les condicions de treball dels periodistes catalans, quina és la percepció dels professionals respecte als problemes de la professió, quines són les seves

actituds davant dels dilemes ètics que se'ls presenten i què opinen dels sistemes d'autoregulació que protegeixen la deontologia. Igual que *El Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya*, posa de manifest que la precarietat laboral ja era fa una dècada la primera preocupaci3 en el sector, ja que el 95% dels participants la considerava un problema. Aquest volum serveix com un dels principals punts de referència per a aquesta investigaci3, a causa de la seva exhaustivitat i l'elevat nombre de respostes obtingudes.

Per3 malgrat que aquest estudi, per la seva exhaustivitat, continua essent una referència en l'àmbit de la sociologia del periodisme a Catalunya, algunes de les seves dades han quedat desfasades després de gairebé una dècada. Entre els estudis més recents –tot i que molt menys amplis– hi ha l'enquesta sobre la precarietat de la professi3 realitzada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya l'any 2017, a la qual van respondre 270 col·legiats. Segons les seves dades, un 71% dels periodistes que treballen totalment o parcialment a mitjans de comunicaci3 a Catalunya qualifiquen la seva situaci3 de precària, mentre que en l'àmbit de la comunicaci3 corporativa aquesta xifra descendeix fins al 33%. A més, detecta que la inestabilitat es tradueix en el fet que només un 36,7% dels professionals treballa a jornada completa per un o diversos mitjans de comunicaci3 i que en general hi ha una baixa satisfacci3 respecte a la feina realitzada, ja que només un 40,5% dels participants afirma estar fent el periodisme que li agrada (Caballero, 2017).

Malgrat que a Catalunya no existeix una publicaci3 peri3dica que analitzi l'evoluci3 de les condicions laborals dels periodistes, com sí que fa dins l'àmbit estatal la Asociaci3 de la Prensa de Madrid, el marc comunicatiu català sí que és avaluat de forma biennal a través de l'*Informe de la Comunicaci3 a Catalunya*, elaborat per l'Institut de la Comunicaci3 de la Universitat Aut3noma de Barcelona (UAB). Aquest detallat informe, que en el moment de redactar aquesta tesi porta deu edicions, ofereix una descripci3 del moment en què es troba el sector de la comunicaci3 a Catalunya en diferents aspectes – llengua, polítiques de comunicaci3, economia i finançament, entorn tecnol3gic, drets audiovisuals i recerca–, analitza la situaci3 en què es troben els mitjans i la indústria cultural i comunicativa i finalment ofereix un espai de reflexi3 sobre els principals reptes que té el sector durant aquell bienni (Civil i L3pez et al, 2019).

Més enllà de les condicions laborals, l'avaluació de l'ètica periodística ha estat també objectes d'estudi de diferents projectes en els darrers anys. Un dels grups més actius en aquest àmbit a Catalunya ha estat el ja mencionat Grup de Recerca en Periodisme de la UPF, que té una línia d'Ètica i Excel·lència del Periodisme i que ha participat en diferents estudis sobre deontologia periodística tant a nivell nacional com internacional. En l'àmbit estatal, un dels més destacats és *Ètica i excel·lència informativa. La deontologia periodística davant les expectatives dels ciutadans* (2007-2009), finançat pel Ministeri de Ciència i Innovació d'Espanya entre 2004 i 2007 i que va comptar també amb la participació de la Universidad Carlos III, la Universidad del País Vasco i la Universidad de Sevilla. Aquesta investigació va servir per recollir les principals urgències de la professió a les comunitats autònomes implicades i comparar les visions de professionals i ciutadans davant dels principals reptes deontològics de periodisme.

Un altre projecte destacat del GRP és *Transparència i Rendiment de Comptes en la Informació Periodística* (2013-2015), que va obrir una línia d'investigació inèdita fins al moment a Espanya amb l'objectiu d'analitzar els sistemes d'autoregulació, transparència i interacció entre els mitjans de comunicació i la ciutadania. En el moment de redactar aquesta tesi tenen en desenvolupament el projecte *MediaACES. Accountability a Espanya i Cultures Periodístiques a Espanya*, que avalua els sistemes de rendiment de comptes a les comunitats autònomes d'Andalusia, Catalunya, Madrid, País Basc i València. En l'àmbit europeu, el GRP ha participat en el projecte *MediaAct. Media Accountability and Transparency in Europe* (2010-2013), que analitza els sistemes de rendiment de comptes a partir d'enquestes a 1762 periodistes de dotze països europeus i dos veïns àrabs (Tunísia i Jordània). Aquesta extensa investigació ofereix un punt de partida útil sobre quina valoració reben per part dels periodistes els elements d'autoregulació a Espanya i permet veure com aquesta cultura encara està poc desenvolupada a l'Estat en comparació amb altres països del nord d'Europa, malgrat que, com s'ha vist, Catalunya destaca d'una forma especial en aquest àmbit (Fengler, 2014).

2.4.2.2 Projectes d'àmbit espanyol

En l'àmbit espanyol, en els darrers anys s'han publicat diversos estudis que han evidenciat que la precarietat laboral és una realitat habitual en el sector. Al contrari del que succeeix a Catalunya, en l'àmbit estatal sí que hi ha un organisme que motoritza l'evolució de la professió i les seves condicions laborals: es tracta de l'Informe Anual de la Professi6 Periodística, que coordina Luis Palacio i està editat per l'Asociaci6n de la Prensa de Madrid (APM) amb la col·laboraci6n de diferents entitats territorials, inclosos el Col·legi i el el Sindicat de Periodistes de Catalunya. Aquest detallat informe es va començar a publicar l'any 2004 i des de llavors ha anat oferint cada any, a partir d'una enquesta en la qual participen al voltant de mil professionals, una radiografia de la situaci6n laboral dels periodistes espanyols a partir de diferents variables, com ara edat, gènere, tipus de mitjà pel qual es treballa i situaci6n laboral, entre altres. El gran nombre de respostes amb què compta el fa especialment representatiu de la professió i permet tenir una idea de clara de quins són els principals problemes del sector. En els darrers anys, les successives edicions d'aquest informe han anat posant sobre la taula el progressiu declivi de les condicions laborals dels periodistes, així com una creixent preocupaci6n del sector per la qualitat i la deontologia de la professió (Palacio, 2015, 2018, 2019).

En l'àmbit acadèmic, destaquen els estudis que s'han dut a terme en diferents comunitats autònomes per analitzar les condicions laborals dels periodistes i les seves possibles conseqüències en l'àmbit deontològic i professional. Entre els projectes més rellevants hi ha les investigacions realitzades per Maciá Barber i Herrera Damas (2009, 2010) sobre les condicions de treball i la percepci6n deontològica dels periodistes a la Comunitat de Madrid, que constaten que la precarietat i la inseguretad laborals són les principals preocupacions del sector, i les recerques de Suárez Villegas (2009, 2010, 2015a, 2015b) sobre els problemes i la percepci6n de l'ètica entre els periodistes d'Andalusia, que també situen la precarietat i les pressions al capdamunt del llistat de preocupacions dels professionals.

Altres autors que han abordat qüestions relacionades amb precarietat i ètica dins del marc espanyol són García Avilés (2014), amb un estudi sobre l'ètica de les redaccions de

mitjans digitals; López i Mellado (2006), que observen que les condicions de treball dels periodistes digitals són “precàries i preocupants”; Caro González et al (2006), que constaten els problemes dels llicenciats en periodisme per accedir al mercat laboral; Gómez Aguilar (2009), que aborda la situació laboral del periodisme espanyol des de la perspectiva de gènere i alerta de les diferències laborals entre homes i dones; i Roses (2011), que analitza les retallades salarials que van patir els periodistes espanyols durant la crisi econòmica.

A més, anteriorment s’havien dut a terme altres investigacions sobre condicions laborals en determinades àrees geogràfiques, com l’informe sobre la situació dels periodistes digitals a Catalunya (Calvo Bermejo, 2005), la recerca sobre les condicions de treball dels periodistes de Galícia (García Orosa et al, 2005) i l’estudi sobre els professionals bascos de Cantalapiedra et al (2000), que va ser un dels primers a posar sobre la taula la precària situació del sector, tot i que els seus resultats serveixen més com a referència històrica que com a aproximació a la realitat, degut al mencionat dinamisme del sector.

Una de les conclusions a la qual arriben totes aquestes investigacions és que els efectes de la precarietat no són innocus, sinó que la qualitat i l’ètica periodística a Espanya s’estan veient amenaçades per l’empitjorament de les condicions laborals i retallades de personal (Labio Bernal, 2002; Herrera-Damas i Maciá-Barber, 2009; García-Avilés et al, 2014). En aquest sentit, Suárez Villegas et al (2009: 158) alerten que, malgrat que existeixen els codis deontològics, en una situació laboral precària “és molt difícil preocupar-se per complir-los”, mentre que Maciá Barber i Herrera Damas (2010: 97) assenyalen que les mancances laborals repercuteixen en un menor respecte per l’ètica i la deontologia professional i Roses (2011: 26) adverteix que hi ha molts periodistes més preocupats per arribar a final de mes que no pas per embranchar-se en investigacions que puguin ser perjudicials per als interessos del poder. Palacio (2015), per la seva banda, també adverteix que les condicions cada cop més precàries en què es desenvolupa el treball periodístic estan directament relacionades amb aspectes com la independència professional o el creixent problema de les pressions, de manera que factors com unes relacions laborals més inestables van en detriment de la qualitat del treball informatiu. Bonete Perales (1999: 56) és més taxatiu i conclou que si es té en compte la precarietat

laboral en què es desenvolupa l'activitat informativa i audiovisual, “el menyspreu als criteris morals està assegurat”.

Però malgrat aquestes alertes, encara manquen estudis que analitzin les actituds ètiques dels periodistes agafant com a principal variable les seves condicions de treball. Un dels pocs que existeixen és l'estudi sobre periodisme digital realitzat per Espanya, Itàlia i Bèlgica i publicat per Suárez Villegas (2015a), que deixa clar que l'ètica dels periodistes digitals es veu afectada tant per l'ús de la tecnologia com per les condicions de treball, tot plantejant-se si “es pot parlar d'una vigència real dels plantejaments ètics en un entorn de crisi, precarització laboral, canvis tecnològics i nous models de negoci que posen en qüestió el mateix fonament de la tasca periodística, la seva funció social i el seu estatus professional”. Els resultats d'aquest estudi mostren que la precarietat laboral és el principal factor a tenir en compte a l'hora d'exercir un periodisme que es pugui considerar ètic en el món digital, ja que un 66,6% dels participants considera que té algun tipus d'influència. A més, l'informe també assenyala la rellevància que tenen per a l'ètica altres factors que estan directament relacionats amb la precarietat, com la viabilitat econòmica del projecte periodístic i la seva capacitat de reestructuració i convergència a un entorn canviant (Suárez Villegas, 2015). En una altra publicació, Suárez Villegas et al (2009) descriu la precarietat amb què treballen els periodistes d'Andalusia, amb unes condicions que qualifica de “pèssimes”, i alerta que el periodista precari és més “dòcil” davant les empreses per a les quals treballa.

2.5 Els principis bàsics de l'ètica periodística

Agafant la perspectiva que ofereix la teoria de la responsabilitat social, l'ètica periodística és un element bàsic perquè el periodisme pugui complir amb el seu compromís amb la ciutadania. L'ètica, paraula que procedeix del grec *ethos* (que significa “caràcter”), és la ciència que investiga i estudia els valors, la vida i la conducta humanes en la seva dimensió pública i social (Casasús, 2011:11). Una d'aquestes dimensions és la professional, de manera que cada professió –inclòs el periodisme– no és només un compendi d'activitats tècniques sinó que també ha de tenir el seu propi *ethos* moral, és a dir, uns determinats comportaments que en siguin especialment significatius (Bonete

Perales, 1995: 20). El vessant pràctic de l'ètica es concreta en la deontologia, una altra paraula d'origen grec sorgida de la combinació dels mots *déon* (“el que és convenient, degut”) i *lògia* (“coneixement, estudi”). Per tant, en termes generals, la deontologia és “l'estudi o la ciència del que és degut” (Bonete Perales, 1995: 42), i fa referència al conjunt de normes de conducta que afecten grups socials que comparteixen els mateixos rols, habitualment de caràcter professional (Alsius, 1998: 46).

En el cas del periodisme, doncs, la deontologia és el conjunt de principis ètics que encarnen el seu “*ethos* professional” i que són assumits voluntàriament pels professionals per raons d'integritat, de professionalisme i de responsabilitat social (Bonete Perales, 1995; Villanueva i Aznar, citats a Parés, 2011: 67). D'aquesta manera, estableix unes regles, màximes o principis que tot periodista ha de seguir si vol tenir un comportament ètic (Merrill, 1997). Tal com apunta Christians et al (2009: 22-23), el periodista no només té un deure ètic amb el lector, sinó també amb els mitjans per als quals treballa i els que no, els seus col·legues professionals, la societat en general i també amb ell mateix, “per tal de mantenir un sentit d'integritat i d'acord amb la mateixa consciència”. Per tant, si el periodisme vol ser una professió solvent i honorable, ha de comptar amb uns principis en els quals basar-se (Bilbeny, 2012: 75).

La preocupació per la deontologia i per la necessitat d'un periodisme ètic es remunta pràcticament als inicis de la professió, i des de llavors ha estat un objecte d'estudi de primer ordre dins del món de la comunicació, amb nombroses aproximacions des de disciplines com la sociologia o la filosofia. Al llarg de la història hi ha hagut, doncs, diverses propostes sobre quins han de ser els principis bàsics que regeixen la professió. Tres dels que més consens van generar, ja de bon inici, van ser els de llibertat, justícia i veritat, que són els que van fonamentar l'ètica periodística fins ben entrat el segle XX. De fet, aquests van ser els principis que l'any 1954 van articular la Declaració de Principis de la Federació Internacional de Periodistes. Prenent aquesta base, autors com Lambeth o Cooper han fet les seves pròpies i influents propostes de principis, que generalment han coincidit en destacar la veritat i la llibertat com a eixos fonamentals (Bilbeny, 2012).

Tot i això, tal com recorda Bilbeny (2012), els principis ètics no són absoluts, sinó evolutius, de manera que es poden anar revisant a mesura que avancen tant la societat com la professió. Per això, als principis bàsics de llibertat, justícia i veritat posteriorment se n'hi han anat afegint d'altres, com el rigor o l'objectivitat. En l'estudi de Laitila (1995) sobre 31 codis deontològics europeus, va detectar que la majoria d'ells compartien valors com la recerca de la veritat, la necessitat de protegir la integritat i la independència dels periodistes, la responsabilitat davant la creació d'opinió pública, l'ús de mètodes honestos per aconseguir i presentar la informació, la protecció de les fonts i la llibertat d'expressió. Més recentment, un dels documents més influents dels darrers anys amb relació a l'ètica periodística és el llibre *The elements of journalism*, dels nord-americans Kovach i Rosenstiel (2003), on assenyalen que els principis que haurien de regir la pràctica del periodisme són la recerca de la veritat, el manteniment de lleialtat a la ciutadania, la voluntat de contrastar, mantenir la independència, controlar el poder, ser un fòrum públic de crítica, oferir informació rellevant, exhaustiva i proporcionada i respectar la consciència individual del periodisme.

Un altre dels debats profunds sobre l'ètica periodística versa sobre la seva universalitat. Autors com Starck (2001), Herbert (2001), Keeble (2009), Parés (2011) i Oliva (2013) consideren que els principis ètics són indissociables del context social, cultural i històric de cada societat. Parés (2011: 27) apunta, doncs, que l'ètica va lligada al canvi social i que per tant no és estàtica, sinó que els seus principis es poden modificar o interpretar en funció de factors externs com l'evolució tecnològica, les noves actituds socials i els canvis econòmics, socials i polítics. Un altre corrent, en canvi, defensa l'existència d'uns principis ètics universals i impertorbables que van més enllà de qualsevol relativisme. Per a Herbert (2001: 57), l'ètica i la regulació “transcendeixen qualsevol frontera”, ja que, “treballin on treballin els periodistes, sempre hi haurà uns problemes morals bàsics”. En la mateixa línia, García Avilés (2014: 268) assenyalava que els estàndards de bones pràctiques no poden limitar-se a ser una expressió “dels gustos o opinions d'una persona en concret”, sinó que precisament han de ser principis independents per a poder ser considerats objectivament bons.

Els debats sobre l'ètica periodística, a més, s'han vist eixamplats amb l'arribada d'Internet. Segons Ward i Wasserman (2010), el fet que la xarxa sigui transnacional fa que les discussions sobre els comportaments ètics dels mitjans ja no puguin quedar circumscrits només dins dels límits nacionals, sinó que s'han de debatre en l'àmbit global. De la mateixa manera, Shirky (2014) apunta que l'expansió d'Internet i els mitjans digitals ha fet que els debats sobre periodisme ja no es quedin reduïts només en l'àmbit professional, sinó que s'hagin convertit en un debat públic en el qual la ciutadania té dret a mostrar la seva opinió. En aquest sentit, Casasús (2011: 19) adverteix que el mateix públic, amb les seves preferències i eleccions en el consum de mitjans, també és en part responsable del comportament ètic del sistema comunicatiu.

D'entre les moltes investigacions que han proposat els principis bàsics que han de regir l'ètica periodística, aquesta tesi pren com a punt de referència la classificació realitzada per Alsius, segons la qual l'ètica periodística s'articula en els quatre principis fonamentals de veritat, justícia, llibertat i responsabilitat, cadascun dels quals abraça una sèrie de matèries que plantegen qüestions clàssiques de la deontologia de la professió. A partir de diferents investigacions, que inclouen l'anàlisi de diferents codis deontològics, la seva experiència personal i professional i la visió de diferents experts en la matèria, Alsius ha elaborat un tesaure on es recullen, sota cada principi, els principals dilemes ètics amb què es troba la professió. Es tracta d'un tesaure que l'autor va proposar per primera vegada l'any 1999 i que va ser actualitzat per a la publicació del volum *The Ethical Values of Journalists*, publicat l'any 2010. És el que es reproduïx a continuació:

Taula 2.1 Tesaure de principis ètics proposat per Salvador Alsius

VERITAT	JUSTÍCIA	LLIBERTAT	RESPONSABILITAT
<p>Cura i rigor</p> <ul style="list-style-type: none"> -Deshonestedat -Conjectures, especulacions i rumors -Precisió i exactitud -Selecció, esment i fiabilitat de les fonts -Contextualització i aprofundiment de la informació -Difamació i libel -Rectificacions 	<p>Imparcialitat</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inclusió de diferents punts de vista -Dret a rèplica -Quotes polítiques 	<p>Condicionants externs</p> <ul style="list-style-type: none"> -Control del poder polític -Servituds comercials -Altres formes de control 	<p>Primacia de la vida i la seguretat de les persones</p> <ul style="list-style-type: none"> -Prioritat de l'ajut humanitari -Seguretat nacional -Terrorisme
<p>Neutralitat</p> <ul style="list-style-type: none"> -Separació d'informació i opinió -Criteris d'inclusió i selecció de notícies -Formats de presentació 	<p>Tractament dels grups socials desfavorits</p>	<p>Relacions amb les fonts</p> <ul style="list-style-type: none"> -Subministrament d'informació -Pagament als implicats -Condicions imposades i drets de les fonts -Secret professional 	<p>Privacitat</p> <ul style="list-style-type: none"> -Invasió de la intimitat -Protecció dels menors -Dret a la pròpia imatge -Dolor i patiment -Suïcidi
<p>Recreacions i falsejaments</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elements de ficció i escenificacions -Realimentació per la presència d'informadors 	<p>Presumpció d'innocència</p> <ul style="list-style-type: none"> -Detinguts i sospitosos -Tractament dels judicis -Víctimes dels crims i convictes 	<p>Conflictes d'interessos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Interessos empresarials -Interessos particulars dels periodistes 	<p>Matèries d'especial sensibilitat social</p> <ul style="list-style-type: none"> -Incitació a la violència i altres conductes antisocials -Mal gust -Respecte per les creences -Alarmisme -Violència de gènere
<p>Procediments del discurs</p>			

-Formes d'obtenir el material -Titulars i estructures del text -Selecció i arranjamment de sons i imatges -Gèneres informatius -Gràfics i música -Sensacionalisme i espectacularització			
Procediments il·lícits o enganyosos en l'obtenció d'informació -Anonimat i disfresses -Càmeres ocultes			
Plagi			

Font: Alsius, 1999, 2010

Tot seguit, s'analitzen en profunditat aquests quatre principis bàsics proposats per Alsius, quines són les seves implicacions i com queden recollits en els principals instruments de regulació -lleis- o d'autoregulació.

2.5.1 Principi de veritat

El concepte de veritat ha estat àmpliament discutit en la història de la filosofia, i encara a hores d'ara és difícil de definir i, per tant, aplicar. En tot cas, es tracta del principi ètic més antic i universal en les relacions humanes i per això la necessitat d'oferir una informació rigorosa i que s'ajusti el màxim possible a la veritat és, des dels seus inicis, un dels pilars fonamentals del periodisme (Merrill, 1997; Parés, 2011). Aquest respecte bàsic per la veritat –o en el seu defecte, la veracitat, que consisteix a acostar-s'hi tant com sigui possible - queda recollit en la majoria de codis deontològics i llibres d'estil d'arreu del món. La Declaració de Principis de la Federació Internacional de Periodistes afirma

en el primer punt que “respectar la veritat i el dret del públic a conèixer-la consisteix el deure primordial del periodista”; la Constitució espanyola defensa el dret “a comunicar o rebre lliurement informació veraç” i el Codi d’ètica Periodística aprovat per la UNESCO el 1983 diu que la “informació verídica” és el primer precepte que ha de garantir la informació periodística arreu del món (Bilbeny, 2012). El codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya també reivindica la veritat, i en el seu primer epígraf assenyala:

“El professional del periodisme està compromès amb la recerca de la veritat i, conseqüentment, té l’obligació d’acostar-se a la realitat dels esdeveniments amb la màxima fidelitat possible. Els mitjans han d’observar sempre una clara distinció entre les informacions i les opinions, difondre únicament informacions contrastades amb diligència, i evitar la difusió de conjectures i rumors com si es tractés de fets”.

Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2016

Determinar quina és la forma més adequada que té el periodisme per acostar-se a aquesta veritat ha generat grans debats en el món de la comunicació. I és que, superada una primera etapa de premsa política i partidista, al llarg dels segles XIX i XX la majoria de mitjans dels països occidentals van optar per adoptar l’objectivitat com a garantia bàsica –i pràcticament única- per apropar-se al màxim a la veritat (Bilbeny, 2012; Riordan, 2014). Tal com apunta Jiménez (2016: 94), la idea d’objectivitat està molt relacionada amb la d’imparcialitat, i implica subministrar, per tots els mitjans possibles, “informació de qualitat, precisa, autèntica i lliure de biaix, tendències o favoritismes perquè el públic pugui entendre clarament els esdeveniments i adoptar les seves pròpies decisions”. El concepte d’objectivitat comporta la necessitat de fer una distinció clara entre fets i opinions, ja que d’aquí en depèn bona part de la seva credibilitat i, per tant, de la confiança dels lectors (Parés, 2011).

Ja fa dècades, però, l’argument de l’objectivitat com a únic garant de la veritat no genera consens, ja que la idea que un periodista o una notícia puguin ser absolutament neutrals,

sense cap càrrega d'opinió, està cada cop més qüestionada (Pérez Fuentes, 2010). Tuchman ja va considerar a principis de la dècada dels 70 que l'objectivitat —o la pretensió d'aconseguir-la— és tan sols un “ritual estratègic” dels periodistes per justificar-se davant les pressions externes i internes (Tuchman, 1983). Així doncs, cap periodista, apunta Merrill (1997: 121), és totalment lliure perquè sempre està condicionat “per la seva pròpia experiència, intel·ligència, circumstàncies, ambient, educació i altres factors similars”, i la seva subjectivitat comença en el moment que selecciona un determinat tema i no un altre per convertir-lo en notícia. Per aquest motiu, alguns codis deontològics han anat substituint progressivament el concepte de veritat per altres de relacionats amb l'actitud que ha de tenir el periodista per acostar-s'hi el màxim possible, com ara “el rigor, la responsabilitat, la independència o l'honestat” (Parés, 2011: 74). En els darrers anys, la idea d'un periodisme subjectiu però independent o honest ha anat guanyant adeptes, i els periodistes que mantenen una mirada pròpia estan cada cop més ben valorats per una part de la ciutadania (Bilbeny, 2012).

Així doncs, malgrat que l'ideal d'objectivitat i imparcialitat encara domina moltes redaccions dels mitjans tradicionals arreu del món (Reese, 2001, citat a Hanitzsch i Mellado, 2011: 409), hi ha cada cop més autors que defensen la necessitat que els periodistes prenguin partit i s'impliquin emocionalment en les històries que expliquen (Herbert, 2001; Keeble, 2009), i que siguin capaços de mostrar el seu punt de vista sempre que estigui fonamentat (Riordan, 2014). És el que Beckett i Deuze (2016: 3) qualifiquen de periodisme “compromès, implicat”, i que sense dubte comporta un alt component emocional que connecta amb una ciutadania que cada vegada busca una implicació més emocional amb el periodisme que consumeix. Això sí, la deontologia aclareix que partir d'un punt de vista particular no s'ha de traduir en manipular la informació per ajustar-la a la percepció de la realitat que té el periodista. Segons Bilbeny (2012: 61), el problema “no és tant professar una ideologia com el fet de donar una mala informació”.

Tant l'aproximació subjectiva com l'objectiva, doncs, són vàlides per a l'exercici del periodisme i l'adopció d'una o altra venen determinades en funció del periodista i pel mitjà. Tot i això, més enllà dels debats sobre l'objectivitat i la subjectivitat, que avui dia segueixen oberts tant en l'àmbit acadèmic com el professional, el principi de veritat és

molt més ampli i recull altres qüestions. Segons assenyala Alsius (1999) a partir del seu tesaure, les principals obligacions incloses en aquest principi són les d'informar amb cura i rigor de manera que les informacions siguin exactes, es puguin verificar i defugir així rumors i conjectures; la necessitat d'escollir fonts fiables; oferir al costat de les informacions la contextualització i l'aprofundiment que requereixen; la necessitat de distingir clarament entre informació, opinió i publicitat, defugint qualsevol mena de manipulació; el rebuig de l'ús de procediments enganyosos per a obtenir informació; qüestions relacionades amb la difamació i el dret a la informació i el rebuig al plagi o a l'ús de fonts anònimes, especialment si procedeixen d'Internet.

2.5.2 Principi de llibertat

La llibertat, i més concretament la llibertat d'expressió, està àmpliament reconeguda com una condició *sine qua non* per a l'exercici del periodisme, ja que sense ella seria impossible acostar-se a la veritat (Bilbeny, 2012). Es tracta d'un concepte estretament vinculat als "d'independència" o "autonomia" i que ha estat àmpliament garantida en nombrosos textos deontològics i legals dels últims dos segles, inclosa la Constitució dels Estats Units –a través de la primera esmena, segons la qual el Congrés no pot fer cap llei que restringeixi la llibertat de paraula o de premsa- o la Declaració Universal de Drets Humans de 1948, que estableix que "tot individu té dret a la llibertat d'opinió i expressió" (Alsius, 1998: 77-78).

El principi de llibertat està especialment protegit en aquells països on imperen sistemes econòmics i polítics de caràcter liberal, com els Estats Units, on la primera esmena de la Constitució atorga una àmplia llibertat d'actuació a periodistes i mitjans i els protegeix de qualsevol possible censura política. Així doncs, la doctrina liberal rebutja qualsevol limitació de la llibertat d'expressió, en considerar que seria perjudicial per a una societat democràtica, mentre que en canvi veu totalment innecessari el principi de responsabilitat, en considerar, com s'ha mencionat prèviament, que ha de ser el mercat i el consum de la ciutadania qui reguli els continguts (Alsius, 1998). Entre els defensors d'una llibertat d'expressió sense restriccions es troben moltes empreses però també alguns professionals, que es mostren reticents a formar part de les corporacions professionals i a les lleis o codis

que puguin condicionar la llibertat d'individus i empreses per a difondre missatges (*ibid*). Tot i això, també existeixen nombroses veus que subratllen la necessitat de vincular aquesta llibertat a la responsabilitat, tot apuntant que la llibertat d'expressió ha de tenir alguns límits per poder exercida com a tal (Camps, 1999), amb l'objectiu que no es converteixi en un "tot s'hi val" empresarial (Alsius, 1998: 100).

Però més enllà dels límits que pugui establir la deontologia, la llibertat dels periodistes també pot veure's limitada per condicionants externs, inclosos tota mena de poders públics i privats, especialment els polítics, econòmics i financers (Parés, 2011: 70). Com s'ha mencionat en l'apartat dedicat al marc econòmic de la professió, l'aposta per un model de finançament basat en la publicitat ha fet que molts mitjans tinguin una forta dependència econòmica dels seus anunciants; dependència política en cas de rebre subvencions i/o publicitat institucional i una important dependència de les entitats financeres hereva dels deutes acumulats durant la pitjor etapa de la crisi de 2008. Per això, segons Alsius (1999), entre les amenaces que pot patir la llibertat dels periodistes hi ha les ja mencionades servituds polítiques i comercials; les relacions amb les fonts (en quines condicions es realitza el subministrament d'informació, quins drets tenen les fonts, si s'ha de pagar o no als implicats i la preservació del secret professional) i els possibles conflictes d'interès, sigui a nivell de les empreses o del periodista en particular.

En aquest context, Bilbeny (2012) apunta que entre les responsabilitats del periodista hi ha la de preservar la llibertat d'expressió i la seva pròpia independència respecte a les possibles pressions i interessos rebutjar també ordres empresarials i abusives impròpies de la professió, ja vinguin dels mateixos companys, de superiors, de gabinets de premsa, de partits polítics o de qualsevol altra instància externa. En aquest sentit, cal tenir en compte que, segons l'Informe Anual de la Professi3 Periodística (Palacio, 2015), els periodistes espanyols es mostren més preocupats per les pressions internes -és a dir, les que reben per part dels seus directius i/o superiors- que no pas les externes, de manera que aquest és un factor que cal tenir molt en compte.

2.5.3 Principi de justícia

El principi de justícia consisteix a reconèixer la dignitat i els drets individuals de cada persona. En l'àmbit del periodisme, aquest principi es tradueix en la necessitat que els periodistes i els seus mitjans facin tot el que estigui al seu abast per informar sobre la realitat amb la màxima equanimitat possible, tot garantint un tractament just als grups socials més desfavorits i evitant que puguin patir qualsevol mena de discriminació (Alsius, 1999). El principi de justícia també inclou el respecte per la presumpció d'innocència i les qüestions relacionades amb les injúries i les difamacions. En el cas espanyol, tal com es veurà més endavant, aquestes qüestions estan regulades legalment.

Per tal de garantir el compliment del principi de justícia, Bilbeny (2012) defensa que en determinades ocasions els mitjans haurien de deixar de banda l'objectivitat i aplicar una discriminació positiva en grups socials desfavorits com immigrants sense papers, dones maltractades, gent gran, homosexuals, ètnies perseguides i minories lingüístiques, entre altres grups, que han estat objecte d'una discriminació permanent i a qui s'hauria de garantir l'accés als mitjans de comunicació per fer-se ressò, precisament, d'aquestes discriminacions. L'objectiu d'aquesta discriminació positiva hauria de ser difondre informacions que contribueixin a evitar el dolor i el patiment d'aquestes persones.

2.5.4 Principi de responsabilitat

Com ja s'ha assenyalat prèviament, el principi de responsabilitat no genera consens en l'àmbit del periodisme, ja que la doctrina liberal el considera totalment innecessari i creu que ha de ser la ciutadania, amb el seu consum, qui determini quins continguts són o no acceptables. En canvi, es tracta d'un principi imprescindible per a la teoria de la responsabilitat social, que entén la informació com un dret de la societat i no com una mercaderia (Alsius, 1998). Assumida aquesta teoria, queda clar que el periodista – juntament amb els mitjans de comunicació- ha d'assumir la necessitat d'oferir uns continguts responsables davant la ciutadania, que inclou tant el públic com les fonts, els actors polítics i econòmics i tota mena de col·lectius. Per això, tal com apunta Parés

(2011:77), cal que periodistes i mitjans facin “un acurat procés de reflexió” quan tractin determinats temes.

El principi de responsabilitat inclou una de les qüestions més debatudes en el món jurídic i deontològic, i és el respecte per la privacitat de les persones, una qüestió regulada per llei en nombrosos països, inclòs Espanya. Es tracta d'un principi que sovint es contraposa amb el de llibertat, ja que entre els dos drets hi ha una limitació mútua i l'ordenament jurídic sempre ha tingut problemes per compaginar-los (Alsius, 1998). D'altra banda, el principi de responsabilitat també posa l'accent en l'actitud del periodista o el mitjà en qüestions relacionades amb el respecte per la vida i la seguretat de les persones (sobretot en temes com la prioritat de l'ajut humanitari, la seguretat nacional o el terrorisme), la privacitat (invasió de la intimitat, protecció de menors, dret a la pròpia imatge i el tractament de temes delicats com el dolor i el patiment o el suïcidi) i el tractament de matèries d'especial sensibilitat social, com ara la incitació a la violència i altres conductes antisocials o els temes de mal gust (Alsius, 1999).

2.5.5 Nous formats, vells principis

Al llarg de la història, l'arribada de noves tecnologies ha anat habitualment acompanyada de nous dilemes ètics i socials que han substituït, amplificat o transformat els que hi havia fins llavors (Cooper, 1998). Internet no n'ha estat l'excepció, i a banda de transformar les rutines de producció i la manera com es distribueix la informació a la xarxa, ha generat nous reptes ètics propis d'aquest tipus de mitjà, derivats de factors com la interactivitat, la immediatesa o els nous elements multimèdia (Frost, 2000; Deuze i Yeshua, 2001; Herbert, 2001; Ward i Wasserman, 2010; Bilbeny, 2012; Díaz-Campo i Segado Boj, 2014; García Avilés, 2014; Jiménez, 2016). En algunes ocasions, aquests nous valors semblen entrar en contradicció amb alguns dels valors tradicionals del periodisme, com l'exactitud, l'exhaustivitat o la verificació de les fonts (Birsén, 2011; García Avilés, 2014). A aquesta situació s'hi suma el fet que la xarxa no ha aconseguit establir un codi ètic propi que sigui respectat i compartit de forma unànime per tots els seus usuaris (Singer, 2006).

Dins d'aquest nou ecosistema mediàtic, alguns autors consideren que l'eclosió d'Internet ha tingut efectes negatius sobre l'ètica periodística. Micó et al (2008:15) adverteixen que a Internet s'han “disparat” els interrogants sobre l'ètica i la credibilitat periodística, mentre que Ruiz et al (2007: 510) apunten que l'àmbit digital ha obert la porta a una major quantitat d'informació “sense filtre de qualitat” que permet la transmissió de “mentides, banalitat i perversió”. Una menció específica mereixen les xarxes socials, que han rebut crítiques des de l'àmbit deontològic perquè les seves interaccions i distribució de continguts no es realitzen a partir de criteris periodístics sinó, sobretot, a partir d'impulsos de caràcter emocional, de manera que poden convertir-se fàcilment en “eines de difusió de propaganda” més que no pas d'informació (Beckett i Deuze, 2016: 3).

Malgrat que Cooper (1998) lamenta que sovint no es tenen prou en compte les conseqüències ètiques de les noves tecnologies, els reptes que en aquest sentit s'han derivat dels nous mitjans digitals sí que han generat una extensa literatura acadèmica en els darrers anys. Així, s'ha obert un profund debat sobre si els mitjans digitals requereixen una ètica particular perquè, tal com defensen Deuze i Yeshua (2001), han d'afrontar dilemes diferents als dels mitjans tradicionals, com un increment encara més fort de les pressions econòmiques derivat de la falta d'un model de negoci d'èxit, la privacitat dels usuaris, l'ús de les fonts o les noves fórmules per aconseguir informació; o si per contra, tal com sembla acceptable i apunta un corrent majoritari, la funció social del periodisme i els seus principis ètics són universals i aplicables a qualsevol format i mitjà, més enllà dels canvis que comportin les noves tecnologies (Ruiz et al, 2007; Micó et al, 2008; Oliva, 2013; Birsen, 2011; García-Avilés, 2014; Shirky, 2014; Jiménez, 2016). Així, McBride i Rosenstiel (2014) consideren que alguns valors clàssics del periodisme, com el rigor o el compromís amb la veritat, s'han de mantenir inalterables en aquest nou context, i en tot cas ampliar-los amb les necessitats derivades dels nous mitjans digitals.

Per tant, malgrat que els principis ètics continuïn essent universals, el periodisme digital ha generat nous reptes ètics particulars que hauria de ser capaç de superar utilitzant les seves pròpies eines i especificitats (García-Avilés, 2014; McBride i Rosenstiel, 2014). Una d'aquestes eines és la transparència, ja que en els mitjans digitals es multiplica la possibilitat d'oferir enllaços a les fonts originals o a pàgines web que facilitin informació

de context, tenir un contacte molt més directe amb el lector o donar a conèixer el procés de producció o la possibilitat de donar a conèixer el procés de producció d'informació (Cohen, 2002; Hayes et al, 2007; García Avilés et al, 2014; Riordan, 2014; McBride and Rosenstiel, 2014; Jiménez, 2016). D'aquesta manera, a través de la transparència, el periodisme digital no només pot oferir un major rendiment de comptes davant dels seus lectors, sinó que també té més eines per “rebatre acusacions de subjectivitat o biaix partidista” (Beckett i Deuze, 2016: 4). En aquest context, en els darrers anys ha sorgit un nombre cada cop més elevat de plataformes de “fact cheking” o comprovació de dades, un sistema que mostra el procés de treball dels periodistes per verificar una dada o informació i, en la mesura del possible, oferir proves a la ciutadania per guanyar-se la seva credibilitat (Meyers, 2014). A Espanya hi ha exemples com Maldito Bulo o Newtral.

A més, la xarxa també permet al mitjà disposar d'un major grau d'interacció amb l'usuari, que té l'oportunitat de qüestionar, fer aportacions i corregir els continguts dels mitjans (Herbert, 2001; Ward i Wasserman, 2010). És el que McBride i Rosenstiel (2014: 3) anomenen construcció de “comunitat”. Aquesta possibilitat, tanmateix, obre nous debats ètics sobre què cal fer davant la publicació de comentaris inadequats per part dels lectors als webs o xarxes socials, els enllaços que puguin conduir cap a continguts sensibles o ofensius i la necessitat de contrastar les informacions procedents de la ciutadania per evitar problemes ètics o legals (Birsén, 2011; García-Avilés, 2014; Díaz Campo i Segado Boj, 2014).

Per tal de superar amb èxit aquests nous reptes digitals cal, igual que en el món analògic, un compromís ferm de les empreses periodístiques. Així, Almiron (2006) considera que el principal problema del periodisme actual no és Internet en si, sinó la mercantilització de l'empresa periodística i la seva “submissió” a criteris antitètics, que són els que li comporten la pèrdua de credibilitat. Riordan (2014), per la seva banda, creu que les empreses han de mostrar un major compromís per utilitzar els nous elements digitals que garanteixen l'ètica periodística i incorporar-los a les seves rutines de treball. Per tant, de nou, la implicació empresarial és imprescindible per aconseguir una protecció efectiva de la deontologia.

2.6 Precarietat i ètica: possibles conseqüències

Malgrat l'escassetat d'investigacions que vinculin precarietat i ètica periodística de forma directa, sí que existeix una extensa literatura sobre les possibles conseqüències que l'actual marc econòmic i laboral té en la qualitat informativa. Per això, en aquest apartat s'analitzarà quines són les principals amenaces que pateixen els quatre principis ètics de veritat, llibertat, justícia i responsabilitat, posant un especial èmfasi en el paper que hi juguen les ja mencionades dimensions de la precarietat laboral: baixos salaris, inestabilitat laboral i sobrecàrrega de feina. L'anàlisi d'aquests estudis previs permetrà establir quines són les situacions i supòsits que es plantejaran als participants d'aquesta investigació.

2.6.1 Veritat i precarietat

Com s'ha constatat prèviament, el principi de veritat és un dels que té més transcendència dins l'ètica periodística, ja que es tracta d'un dels pilars bàsics de la professió. Alhora, però, es tracta d'un dels principis més sensibles davant les amenaces derivades de la precarietat, que a vegades ha comportat una proliferació de notícies falses, errors i notícies imprecises, la còpia de continguts no contrastats procedents de gabinets de comunicació o d'altres mitjans i l'ús de procediments il·lícits o enganyosos per a obtenir determinades informacions.

2.6.1.1 L'era de les notícies falses

La història del periodisme està plena d'errors i notícies falses. I alguns dels casos més sonats s'han produït, precisament, en mitjans de comunicació de gran prestigi, com és el cas del Washington Post amb el reportatge *Jimmy's World*, de Janet Cooke –la suposada història d'un nen de vuit anys adicte a l'heroïna que va resultar ser inventada- o The New York Times amb el cas de Jayson Blair, un jove periodista de qui l'any 2003 el mateix diari va haver de revelar que s'havia inventat nombrosos reportatges i testimonis (Jiménez, 2016). Però malgrat que les informacions falses sempre han existit en la història del periodisme, l'arribada d'Internet i l'obligació de publicar informació de forma constant i immediata ha fet que la seva propagació pugui ser molt més ràpida, ja que la xarxa és més anònima i compta amb menys instruments per garantir la fiabilitat d'una

informació (Bilbeny, 2012). En aquest ecosistema, cal tenir en compte que la sobreabundància de feina fa que els periodistes tinguin cada cop menys temps per treballar i contrastar les seves informacions, fet que pot obrir una escletxa cada vegada més profunda per a la publicació de notícies no contrastades i, per tant, falses. Es tracta, doncs, d'un fenomen que està generant cada cop més problemes, ja que la credibilitat és el valor més important que tenen periodistes i mitjans, de manera que si el perden s'acaben esfondrant els fonaments de la professió (Merrill, 1997).

En primer lloc, l'elevat ritme de publicació que impera dins l'àmbit digital fa que els periodistes tinguin cada cop menys temps per verificar la gran quantitat d'informacions que els arriben diàriament a les redaccions, ja sigui en format de text, vídeo, àudio o fotografia (Singer, 2003). A més, Internet multiplica exponencialment el nombre de fonts d'informació disponibles, ja que qualsevol ciutadà pot publicar informació al web, fins i tot de forma anònima, de manera que es fa més complicat comprovar la credibilitat de moltes fonts (Deuze i Yeshua, 2001). I malgrat que Bilbeny (2012) adverteix que és un risc creure que tota la informació que ve d'Internet és sinònim de mentida i que tot el que es publica a la premsa tradicional és de naturalesa seriosa i ponderada, el cert és que la xarxa ha demostrat ser un terreny adobat per a la proliferació de rumors i notícies no contrastades (Deuze i Yeshua, 2001; Jiménez, 2016). Aquesta circumstància, sumada a la ferotge competició dels mitjans digitals per ser els primers a publicar una informació i endur-se així un major nombre de visites, fa que els sistemes de comprovació de les fonts puguin fallar i alguns mitjans acabin publicant notícies o imatges falses que a través d'Internet adquireixen una alta velocitat de difusió (Riordan, 2014; Jiménez, 2016).

En cada cop més casos, tanmateix, les notícies falses no són només errors involuntaris fruit de les presses i la precipitació, sinó que es tracta d'intoxicacions difoses deliberadament amb l'objectiu de transmetre a la ciutadania una visió parcial de la realitat. Aquest tipus de conductes ha contribuït, en els darrers anys, a fer créixer la desconfiança de la ciutadania envers els mitjans de comunicació, especialment en l'àmbit digital, i ha fet que institucions i acadèmics mostrin una elevada preocupació per l'impacte negatiu que aquest tipus de desinformacions poden tenir sobre la democràcia. El darrer Informe Reuters sobre continguts digitals (Newman et al, 2019) posa de manifest que un 55% dels

enquestats de 38 països està preocupat per la seva falta de capacitat per discernir les notícies falses de les vertaderes a Internet, un percentatge que, en el cas d'Espanya, es troba per sobre la mitjana, ja que se situa en un 68%. Es tracta d'un percentatge molt similar a l'apuntat per l'Asociación de Internautas, que indica que a un 70% dels espanyols que naveguen per les xarxes els costa distingir les notícies falses de les fiables (Jiménez, 2016: 172). Les prediccions, a més, són d'allò més catastrofistes: segons una informe de la consultoria Gartner (Panetta, 2017), l'any 2022 el consum de notícies falses en el món occidental serà superior al de notícies veritables, i no hi haurà prou capacitat material ni tecnològica per a poder-les eliminar. També adverteix que aquest tipus de desinformacions es poden produir de forma automatitzada gràcies als mecanismes d'intel·ligència artificial que utilitzen les xarxes socials per expandir-se, de manera que és factible crear desinformacions "a mida" del consumidor.

Aquesta proliferació de desinformacions i notícies falses ha danyat, especialment, la credibilitat dels mitjans digitals. Segons l'Asociación de la Prensa de Madrid, Internet és el mitjà que té menys credibilitat entre els espanyols (Palacio, 2015), una diagnosi compartida amb els participants en el VI Congrés de Periodisme Digital d'Oscà, que també van concloure que la manca de credibilitat és el principal problema que té el periodisme digital (Micó et al, 2008). En l'enquesta entre professionals realitzada per García Avilés (2014), els participants majoritàriament opinen que la regla de contrastar una informació amb almenys una altra font queda relegada a les redaccions espanyoles a causa de la intensitat i la rapidesa de la producció de notícies a Internet. Queda palès, doncs, que la sobreabundància de feina que pateixen molts professionals en l'àmbit digital i que limita la seva capacitat per a contrastar informació es converteix en una de les amenaces de la precarietat sobre el principi de veritat.

Diversos autors consideren, a més, que entre els mitjans digitals hi ha una menor predisposició a corregir els errors i notícies falses que entre els mitjans impresos. Segons Deuze i Yeshua (2011), la majoria de diaris en paper, al llarg de la seva història, s'han esforçat per contrastar informacions i citar-ne la procedència, però Riordan (2014) considera que a Internet els mitjans tenen una actitud més laxa davant la línia que separa la realitat de la ficció. Des del seu punt de vista, doncs, un dels grans reptes del periodisme

digital és aconseguir l'equilibri entre la publicació d'informacions de forma gairebé instantània i el manteniment del compromís amb la veritat. Tot i això, Bilbeny (2012) considera que la manca d'exigència del públic també és un factor a tenir en compte, ja que considera que la majoria d'usuaris de les xarxes socials no estan especialment interessats en investigacions pacients i rigoroses.

El perill de publicar informacions no contrastades, però, no és exclusiu dels mitjans digitals. Singer (2006), per exemple, apunta que la televisió també és especialment susceptible de caure en el parany de difondre informacions el més ràpid possible sense haver-les contrastat prèviament. Aquest fet és especialment rellevant perquè, malgrat que recentment està essent substituïda per Internet, la televisió ha estat durant dècades un agent socialitzador fonamental en la cultura de masses (Bonete Perales, 1999). Per tant, qualsevol error o manipulació que es produeixi en aquest àmbit és especialment rellevant. En canvi, la ràdio és el tipus de mitjà que més credibilitat genera entre el públic espanyol, segons un estudi de l'agència Havas Media Group España (Cadena SER, 24 de març de 2020).

2.6.1.2 Errors i manca de precisió

Més enllà de les notícies que són completament falses, els mitjans poden publicar informacions inexactes o que continguin algun error. Aquest és un fet preocupant en la mesura que la precisió és un requisit indispensable per acostar-se a la veritat i que la publicació de notícies amb errors contribueix a erosionar la credibilitat dels mitjans (Merrill, 1997; Keeble, 2009; Jiménez, 2016). De nou, en el context actual, les presses i la pressió per ser el primer mitjà a publicar una informació, especialment en l'àmbit digital, fa que en no poques ocasions s'acabin publicant notícies que no són precises o sense prou informació de context (Micó et al, 2008; García Avilés, 2014:266; Siegelbaum i Thomas, 2015). Deuze i Yeshua (2001) apunten que aquesta manca de cura i precisió és un dels grans factors que contribueix a minvar la credibilitat del periodisme a Internet, i Bilbeny (2012) recorda que, en l'entorn digital, el pitjor càstig per a un periodista és que algú faci públic el seu error a Internet i ràpidament faci la volta al món.

Malgrat que la ciutadania pugui pensar que aquests errors es deuen a la desídia o a la mala intenció per part dels professionals, en realitat sovint són fruit de situacions noves, imprevistes, degudes a l'avenç de les noves tecnologies i als canvis socials accelerats, que creen nous contextos als quals els periodistes no sempre saben respondre adequadament (Aznar, 1999). De nou, doncs, apareix la sobrecàrrega de feina com un factor a tenir en compte. “Molts dels que es consideren comportaments poc ètics en realitat succeeixen perquè els periodistes han de prendre moltes decisions de manera ràpida i sense temps per a reflexionar”, assenyala Foley (2000, 29-50, citat a Keeble, 2009: 23). Es tracta d'una situació que no només afecta els periodistes de base, sinó també als caps de redacció i els editors, que cada vegada es veuen més sobrecarregats de feina i això els pot fer passar per alt determinades equivocacions (Jiménez, 2016). Tot i això, el mateix Jiménez (2016: 123) considera que no pot existir “cap excusa” per justificar la inexactitud o la falta de precisió, i que l'obligació dels mitjans és corregir-los de forma ràpida i completa i amb un diàleg constant amb lectors, oients i/o teleespectadors.

En primera instància, la interacció i la transparència que permet Internet hauria de facilitar que aquests errors puguin ser detectats -i corregits- més ràpidament que en els mitjans tradicionals, ja que els lectors digitals disposen de més facilitats -com les xarxes socials, els comentaris o les adreces de correu electrònic- per fer arribar als responsables dels mitjans les seves correccions i observacions (Shirky, 2014). No tots els mitjans, però, tenen una bona predisposició a reconèixer els seus errors. Mentre alguns directors opinen que és una pràctica saludable i a la llarga fins i tot pot reforçar la credibilitat del mitjà, altres pensen just el contrari, i creuen que l'admissió d'errors només perjudicarà la seva reputació (Merrill, 1997: 109). Entre els arguments a favor, hi ha el fet que una correcció ràpida d'errors és una manera de generar confiança entre el mitjà i la seva comunitat de lectors (Riordan, 2014). Si s'accepta aquesta premissa, Internet és l'entorn ideal per fer-ho, ja que com s'ha mencionat permet un major marge per a la correcció pràcticament immediata i diligent d'equivocacions (Cohen, 2002; Almiron, 2006; Riordan, 2014; McBride i Rosenstiel, 2014).

En general, però, en el sector del periodisme hi ha una gran reticència a reconèixer els errors comesos, ja que molts periodistes i directius de mitjans consideren que admetre'ls

els podria fer perdre la confiança del públic (Jiménez, 2016). A més, aquesta reticència a admetre equivocacions és especialment aguda si les observacions provenen dels lectors i/o la ciutadania. Bardoel i d'Haenens (2004) creuen que una bona part dels professionals rebutgen tenir-los en compte perquè creuen que amenaça a la seva feina, mentre que Suárez Villegas (2015b) assenyala que els que es mostren especialment negatius davant d'aquesta participació ciutadana són, precisament, els mitjans nadius digitals. D'altra banda, alguns sectors alerten que aquesta facilitat en la correcció pot acabar essent contraproductiu, perquè pot fer disminuir la cura amb què treballen els periodistes digitals (Deuze i Yeshua, 2001). Finalment, Riordan (2014) adverteix que, en tot cas, no n'hi ha prou amb substituir la informació errònia per la correcta, sinó que cal fer un exercici de transparència i explicar què s'ha canviat i per què.

2.6.1.3 Còpia de continguts no contrastats

En els darrers anys han proliferat els gabinets de comunicació tan públics com privats, i com s'ha observat, s'han convertit en un refugi professional per a cada cop més periodistes. Però malgrat que la seva funció és, en teoria, facilitar la tasca dels periodistes, cal tenir en compte que no es regeixen pels mateixos principis ètics que el periodisme ni comparteixen el seu compromís amb la veritat, de manera que a la pràctica es poden dedicar a filtrar als periodistes la informació que els interessa i dificultar-los l'accés a la que no els interessa (Macià Barber i Herrera Damas, 2010; Bilbeny, 2012). Per tant, no es pot donar per suposat que els gabinets de comunicació difonguin informació veraç i contrastada, de manera que els periodistes haurien de posar sempre els seus continguts en qüestió.

De nou, però, la sobrecàrrega de feina, que com s'ha indicat obliga els periodistes a produir un elevat volum de continguts en un període cada cop més curt de temps, ha obert la porta a l'ús cada cop més generalitzat d'informacions procedent de gabinets i comunicats de premsa, a vegades copiades de forma literal i sense contrastar ni citar-ne la procedència (Herbert, 2001; Keeble, 2009; Farias i Roses, 2009; Riordan, 2014). Així, els participants en l'estudi de Suárez Villegas et al (2009) admeten que, malgrat ser conscients que la informació procedent de gabinets de comunicació pot ser interessada i

resultar incompleta, la manca de temps fa que sovint la publiquin directament sense contrastar, especialment si prové d'una institució pública, a la qual suposen un alt nivell de credibilitat. El principi de veritat, doncs, es torna a posar en risc per la falta de recursos humans a les redaccions.

Més enllà del risc de publicar informacions no contrastades, una altra conseqüència de l'ús intensiu de comunicats de premsa, sumats també a un creixent ús de teletips d'agències de notícies, és la tendència a la uniformització de la informació. Utilitzant tots els mateixos comunicats i teletips, la majoria de mitjans tracta majoritàriament els mateixos temes, deixant-ne d'altres fora del focus d'atenció. Això crea unes desigualtats entre els actors polítics, econòmics i socials, ja que els partits, empreses i col·lectius que compten amb gabinets de premsa potents tenen moltes més possibilitats d'aparèixer als mitjans, mentre que la resta corre el perill de restar en la invisibilitat. Aquesta realitat contrasta amb l'ideal defensat per Farias i Roses (2009:21), que adverteixen que l'augment de la competència informativa hauria d'obligar els mitjans a oferir un producte amb valor afegit, o com a mínim alguna cosa més que versions "arreglades" de teletips d'agència o comunicats de gabinets.

En els casos més extrems, alguns mitjans no es limiten a copiar i difondre acríticament comunicats de premsa i teletips d'agència, sinó que directament copien els continguts d'altres mitjans. Es tracta del plagi -és a dir, apropiar-se de la feina d'una altra persona sense citar-la-, que no només pot portar problemes legals a qui el practica sinó que també contribueix a destruir la credibilitat dels periodistes (Jiménez, 2016). De nou, l'arribada d'Internet, on determinar l'autoria d'un treball és cada cop més difícil, ha donat peu a noves formes de plagi que han perjudicat greument la indústria de la comunicació i la de l'entreteniment (Cooper, 1998), ja que la facilitat que ofereix Internet per "copiar i enganxar" informació d'altres mitjans ha generat greus problemes als periodistes en matèria de drets d'autoria (Cooper, 1998, Deuze i Yeshua, 2001).

Així, malgrat que l'ús del plagi sigui èticament reprovable, Internet fa que la seva pràctica sigui tan senzilla que, per a periodistes forçats a produir més continguts dels que tenen

temps d'elaborar, pot ser temptador reproduir una informació publicada per un altre mitjà –si cal, passant-la per un traductor automàtic- i firmar-la amb el propi nom o el del mitjà. A més, malgrat que els enllaços d'Internet fan més fàcil que mai la possibilitat de citar la procedència d'una informació, encara són pocs els mitjans o els periodistes que els utilitzen (Deuze i Yeshua, 2001).

2.6.1.4 Sensacionalisme: de la teledeixalla al “clic-bait”

Tal com apunten Beckett i Deuze (2016:4), l'espectacularització de la informació i “fer un drama d'una crisi” no és quelcom nou, sinó força habitual en la història dels mitjans de comunicació. La lluita pel mercat en el marc neoliberal que predomina als països occidentals s'ha traduït, en molts casos, en un augment dels continguts sensacionalistes, sobretot a països com els Estats Units, Regne Unit i França (Keeble, 2009). Amb unes empreses majoritàriament preocupades per fer rendible el negoci, moltes d'elles estan disposades a oferir uns continguts que els permetin obtenir més audiència i, per tant, més anunciant (Herbert, 2001). Així doncs, Siegelbaum i Thomas (2015) alerten que cada cop els mitjans estan apostant més per continguts superficials i sensacionalistes, de consum ràpid i allunyats de la investigació i la profunditat. Al llarg de molts anys, la televisió ha estat el tipus de mitjà que més acusacions ha rebut de sensacionalisme i de promoure l'entreteniment per davant de la noció de servei públic (Singer, 2006), tot i que els tabloides –sobretot els britànics-, l'anomenada “premsa groga” i Internet també s'han convertit sovint en focus de les crítiques.

Segons Bilbeny, l'anomenada “teledexalla” és una de les causes del descens de la valoració social i professional del periodisme, ja que aquest tipus de programes, de clar contingut sensacionalista, deixen en segon terme la vocació de servei públic i posen el mitjà a disposició del negoci i l'espectacle. Aquest tipus d'accions posa en risc el principi de veritat, ja que en alguns casos s'acaben exagerant les informacions per captar i mantenir l'interès. Per això, els canals televisius que realitzen aquest tipus de cobertures han estat criticats per fallar en l'exercici del seu compromís amb la ciutadania, ja que “oblidar la tasca de contribuir a l'educació i la formació de la ciutadania i entretenir els televidents amb debats estrafolaris és pervertir les finalitats específiques de la

comunicació audiovisual i servir-se d'aquest poder mediàtic per obtenir beneficis econòmics a costa del menyspreu i la dignitat moral dels usuaris" (Bonete Perales, 1999: 36). A la pràctica, a més, el fet que la televisió realitzi aquest tipus de cobertura pot fer que altres mitjans, com per exemple la premsa, també s'acabin fent ressò d'aquest tipus de continguts més sensacionalistes, ja que es pot produir una mena d'"efecte contagi" (Singer, 2006). En un context on existeix una alta competitivitat entre mitjans, González Reigosa (1999: 72) adverteix que fins i tot un periodista "digníssim i imparcialíssim" pot renunciar a la seva responsabilitat individual i convertir-se en un "gos implacable a la caça de preses".

Es poden considerar sensacionalistes les històries relacionades amb crims, accidents o desastres, que són especialment utilitzades a la televisió, ja que són "ràpides, fàcils i visuals" (Singer, 2006: 15). Es tracta, segons González Reigosa (1999: 74-75), de "crisis insuperables" que acaben durant només 24 hores, celebritats efímeres de les quals al cap de poc temps ningú es recorda i històries fulgurants que són ràpidament substituïdes per notícies encara més sensacionals, com una mena "d'orgasme informatiu que s'oblida de seguida". Més enllà de la televisió, aquest tipus d'històries són difoses habitualment per la "premsa groga", és a dir, un tipus de mitjans que ja de *per se* es caracteritzen per difondre continguts sensacionalistes, i que diuen acollir-se a la llibertat d'expressió per justificar la publicació de tota mena d'informacions íntimes i privades, encara que això suposi saltar-se requisits ètics fonamentals de qualsevol informació (Bilbeny, 2012).

L'arribada d'Internet, amb un model de negoci basat sobretot en la publicitat, ha incrementat encara més aquesta pressió per oferir continguts sensacionalistes que cridin l'atenció de l'audiència (Singer, 2006), circumstància que ha donat peu al fenomen conegut com a "clic-bait"; és a dir, la publicació de continguts encarats a obtenir el màxim volum d'audiència que es pugui traduir en un augment dels ingressos publicitaris (Bilbeny, 2012; Suárez Villegas, 2015b). Aquest fenomen sovint comporta que s'acabin publicant notícies més sensacionalistes en detriment d'altres informacions que potser són més rellevants però que no acaben sortint a la llum perquè els lectors les consideren més avorrides (Frost, 2000; García Avilés, 2014).

Més enllà de generar sensacionalisme, el clic-bait també pot tenir conseqüències perjudicials en el rigor de la informació que s'ofereix. Ward i Wasserman (2010) alerten que l'ansia per aconseguir una exclusiva o per enfocar una informació des de l'angle més sensacionalista possible pot acabar compromentent el principi de veritat, mentre que Frost (2000) també coincideix en opinar que, davant del fenomen del clic-bait, el contrast d'informacions i el respecte per la veritat poden quedar en un segon pla. Davant d'això, Singer (2006) adverteix que alguns periodistes senten que s'ha produït una fractura entre els valors periodístics -els que consisteixen a donar a la ciutadania una informació veraç i contrastada- i la necessitat d'entretenir l'audiència tot donant-li el que li ve de gust veure, llegir o escoltar (Singer, 2006).

En aquest entorn, i malgrat que no s'arriba als extrems dels tabloides britànics o algunes televisions dels Estats Units, els periodistes espanyols admeten la seva preocupació perquè el context de precarietat laboral els dificulta la possibilitat d'evitar aquest sensacionalisme (Herrera Damas i Macià Barber, 2009), i molts d'ells lamenten que cada cop més sovint la informació s'estigui convertint en espectacle (Suárez Villegas et al, 2009; Palacio, 2015). De fet, segons l'estudi fet per Suárez Villegas (2015a) entre periodistes digitals, haver de reescriure una informació per aconseguir més tràfic o visites és una de les peticions més freqüents que reben per part dels seus superiors. En el món televisiu, la situació no és gaire millor: Bonete Perales (1999: 36) descriu la realitat a Espanya com a "desoladora", ja que veu els mitjans audiovisuals "colonitzats totalment pels paràmetres de la gestió empresarial". En aquest sentit, apunta que la competència per l'audiència televisiva ha fet proliferar programes on abunda l'espectacle, el morbo i la vulgaritat, i que les televisions, lluny de preocupar-se de la seva missió cultural i educadora, busquen només obtenir la màxima audiència. A més, aquesta preocupació per l'increment del sensacionalisme no se circumscriu només en l'àmbit professional, sinó que també es percep entre la ciutadania: segons Herrera Damas (2010: 232), a Catalunya existeix la percepció que els mitjans abusen del sensacionalisme, i s'al·ludeix al "cerc mediàtic" i a l'excés d'informació sobre la vida privada de les persones per part d'alguns mitjans.

2.6.1.5 Identitats falses, mètodes il·lícits i procediments enganyosos

El debat sobre si la fi justifica els mitjans és un dels més antics i controvertits en l'estudi de l'ètica, i no només la periodística. Hi ha ocasions en què un comportament absolutament legal i ètic no permet al periodista conèixer la veritat, ja que les persones implicades mai donarien aquella informació davant de càmera o si sabessin que serà difosa (Suárez Villegas, 2010). Segons Merrill (1997), la idea que la fi justifica els mitjans implica, per exemple, que un periodista es pugui fer passar per malalt mental per tal d'exposar les pràctiques d'un hospital mental. És o no lícit? El debat sobre la idoneïtat d'utilitzar aquest tipus de procediments està obert, ja que es contraposa el dret de la ciutadania a conèixer informació d'interès públic amb el dret a la intimitat de les persones investigades. La llista de procediments il·lícits per obtenir informació pot incloure, entre altres, la col·locació de micròfons o càmeres ocultes, l'accés a un domicili privat, adoptar una identitat falsa, compensar econòmicament les fonts o aprofitar-se de la familiaritat amb algú per obtenir-ne informació confidencial i després publicar-la (Suárez Villegas, 2010). Algunes d'aquestes pràctiques estan penades per llei, però d'altres queden només subjectes a la deontologia.

En línies generals, l'ètica periodística rebutja l'ús d'aquests tipus de mitjans il·lícits. Jiménez (2016) apunta que, si suplantar una persona és delictu o falta per a qualsevol ciutadà, els periodistes no en poden ser l'excepció, especialment si l'objectiu final és atemptar contra el dret a la intimitat. Per això, considera que mentir i fer-se passar per una altra persona no són formes legítimes d'informar. També Bilbeny (2012) considera que la informació no es pot aconseguir a qualsevol preu, de manera que no veu recomanables l'ús d'escoltes il·legals, simulacions com per exemple disfresses o l'ús de càmeres ocultes. Tot i això, una part de la societat i de la professió poden arribar a acceptar l'ús d'aquests mètodes si es fan servir de forma excepcional, responsable i si permeten obtenir una informació d'alt interès públic que no pugui ser descoberta de cap altra manera (Suárez Villegas, 2010). Aquesta corrent d'autors accepta, doncs, l'ús de mètodes il·lícits en cas que permetin aconseguir un bé superior, que en aquest cas seria una informació d'imprescindible coneixement en una societat democràtica. Suárez Villegas posa com a possibles exemples la investigació de delictes de pederàstia, pornografia infantil, corrupció i abusos econòmics, prostitució, drogues, trames fraudulentos de poder

o delictes relacionats amb la violència. Tot i això, Whitehouse (2010) rebutja aquesta justificació i recorda que l'ús de mentides i enganys pot acabar danyant seriosament la professió.

La majoria de codis deontològics, inclòs el del Col·legi de Periodistes de Catalunya, rebutgen l'argument del bé superior i defensen que la informació s'ha d'obtenir per mitjans legals i morals, tal com indica el número 25 de la Resolució 1003 sobre ètica periodística del Consell d'Europa (Suárez Villegas, 49). En aquest aspecte, el Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya assenyala:

“És inacceptable l'ús de càmeres ocultes i de qualsevol altre procediment subreptici o enganyós per obtenir informacions, imatges i testimonis. També és inadmissible la interceptació i la difusió no consentida de material privat procedent de la telefonia mòbil, la missatgeria electrònica i altres suports de comunicació”.

Codi Deontològic, Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016)

Amb la prohibició d'utilitzar procediments enganyosos, els codis volen “frenar els periodistes oportunistes que recorren a mitjans il·lícits per aconseguir exclusives a qualsevol preu” (Suárez Villegas, 2010: 50). I és que la pressió per aconseguir més lectors, més visites o més vendes ha fet que, al llarg de la història, els periodistes –a vegades empesos per les seves pròpies empreses- hagin utilitzat mètodes il·lícits o controvertits per a obtenir històries no necessàriament d'interès públic, sinó per pura xafarderia o sensacionalisme, com és el cas de molts tabloides britànics. L'arribada d'Internet ha facilitat i ha permès multiplicar l'ús d'aquest tipus de procediments, ja que en el món digital és molt fàcil amagar-se sota l'anonimat o utilitzar identitats falses (Deuze i Yeshua, 2001). Per això, per evitar problemes derivats de l'ús d'identitats falses i procediments enganyosos, ja hi ha mitjans, com l'agència de notícies Reuters, que prohibeix específicament als seus redactors utilitzar identitats falses en fòrums o xats a Internet, així com tampoc els ho permet en la vida real (Whitehouse, 2010). A Espanya, tanmateix, hi ha alguns llibres d'estil de determinats mitjans de comunicació, com els del

grup Vocento o el diari *El Mundo*, que malgrat recomanar als seus periodistes que evitin l'ús d'aquests mètodes deixen la porta oberta a poder-hi recórrer davant de qüestions considerades “d'excepcional rellevància” (Suárez Villegas, 2010: 51).

El problema moral, tanmateix, esdevé a l'hora de decidir quins poden ser aquests supòsits “d'excepcional rellevància” Per tal de decidir si l'ús d'un mètode il·lícit està justificat o no, Suárez Villegas (2010:52) proposa un “test de legitimitat” que consisteix a garantir que la informació que es vol aconseguir sigui d'alt interès públic (per exemple, corrupció o trames delictives que atemptin contra drets fonamentals), que s'hagi comprovat la inoperància de les autoritats competents per afrontar la situació, que s'hagin esgotat abans les mesures d'investigació convencionals, que les mesures excepcionals siguin proporcionades i enfocades només a descobrir l'objecte de la investigació, que els periodistes puguin donar compte de cada pas de la investigació, que el mitjà n'assumeixi la responsabilitat, que la investigació es comenci només quan hi hagi indicis delictius clars i que s'adverteixi un possible dany per a la societat, entre altres. Es tracta, tanmateix, d'un test que pot resultar arbitrari, ja que les valoracions sobre quines qüestions es poden considerar d'interès públic poden ser molt diferents en funció de cada individu.

2.6.2 Llibertat i precarietat

El principi de llibertat, tan defensat per la doctrina liberal, es veu amenaçat a la pràctica per l'actual marc polític i econòmic que envolta la professió. Així, en aquest apartat s'analitzaran fenòmens com la submissió dels mitjans a les pressions polítiques i econòmiques; la mercantilització de la informació, que ha donat peu a la creació de nous gèneres comercials com el “contingut patrocinat”, l'autocensura que practiquen alguns professionals per tal de mantenir el seu lloc de treball i els conflictes d'interès que poden incórrer de la necessitat de mantenir dues o més feines per tal d'arribar a finals de mes.

2.6.2.1 Major submissió a pressions polítiques i econòmiques

Malgrat que la independència professional és una condició imprescindible per a l'exercici d'un periodisme lliure, sovint es veu condicionada per les pressions que arriben des de

l'exterior, especialment a les derivades de l'àmbit polític i econòmic. Bordieu (1990, citat a Compton i Benedetti, 2010: 489) ja alertava que el periodisme està perdent independència a causa de la seva excessiva dependència dels actors econòmics (anunciant, propietaris, etc.) i polítics, i en els darrers anys, aquesta tendència no ha fet més que accentuar-se. Malgrat que el periodisme és una professió molt vocacional, nombroses enquestes, tant d'àmbit nacional com internacional, mostren un alt nivell de preocupació entre els professionals perquè les pressions externes els dificulten la possibilitat de realitzar correctament les seves funcions.

En un anàlisi dels diferents codis deontològics i estatuts de redacció vigents a Espanya, Rodríguez et al (2010) constaten que el marc teòric no deixa lloc a dubtes, ja que pràcticament tots aquests documents incideixen en la necessitat que els mitjans siguin independents i rebutgin qualsevol pressió procedent del poder polític. Tot i això, nombroses investigacions constaten que, en la pràctica real de la professió, les pressions polítiques i econòmiques als periodistes, que poden procedir tant de la mateixa empresa com de l'exterior, són una realitat habitual tant a Espanya com a Catalunya (Micó et al, 2008; Alsius et al, 2010; Macià Barber i Herrera Damas, 2010; García Avilés et al, 2014; Palacio, 2015). Gómez Aguilar (2009) apunta que més de la meitat dels periodistes espanyols, siguin homes o dones, reben pressions professionals; el mateix percentatge obtingut per Alsius et al (2010) en la seva recerca. A la Comunitat de Madrid, García Avilés et al (2014) indiquen que gairebé un terç dels professionals admeten rebre pressions "diversos cops l'any", mentre que un 11,2% les pateix de forma freqüent. En el conjunt de l'Estat, Palacio (2015) constata que gairebé la meitat dels periodistes –tant contractats com autònoms- pateixen pressions laborals amb freqüència, diverses vegades o en alguna ocasió; i Suárez Villegas (2015a) apunta que un 36,1% dels periodistes digitals rep pressions cada dia o diversos cops per setmana per modificar informacions per tal que el mitjà no es guanyi l'enemistat d'un polític o partit. Aquests resultats no s'allunyen gaire dels obtinguts en recerques d'àmbit internacional: segons un estudi de Hanitzsch i Mellado (2011), les pressions polítiques i econòmiques ocupen clarament el primer lloc en la llista de factors que influeixen l'exercici del periodisme en 18 països d'arreu del món.

Algunes d'aquestes recerques han posat aquestes pressions en relació amb les condicions laborals dels professionals, i han arribat a la conclusió que la precarietat laboral que experimenten molts periodistes els fa més vulnerables als interessos polítics i econòmics, la qual cosa deriva en una degradació de la qualitat de la informació i, per tant, en un debilitament de la democràcia (Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009; Roses, 2011, García-Avilés et al, 2014, Palacio, 2015). Micó et al (2008: 19-20) adverteixen que els periodistes estan tan “atrapats” per les pressions polítiques i econòmiques que complir amb els codis de conducta s’acaba convertint “en una quimera”, mentre que Fuente-Cobos (2016: 73) alerta que els periodistes corren el risc de substituir la informació independent per una informació “subvencionada” pels poders polítics o econòmics que financen l’empresa mediàtica.

a) La influència del poder polític

La independència dels mitjans respecte al poder polític és un dels supòsits més importants de l’exercici periodístic, necessària per garantir l’objectivitat, veracitat, pluralitat i neutralitat informatives (Rodríguez-Martínez, 2010). La llibertat d’expressió i la llibertat de premsa són imprescindibles per tal de protegir aquesta independència, però nombroses investigacions han demostrat que, a la pràctica, els partits polítics i els seus assessors, els grups de pressió, les institucions governamentals i els tribunals de justícia sovint influeixen –o intenten influir- en la informació que s’acaba publicant, i no són pocs els que s’atreveixen a contactar amb el periodista per tal de pressionar-lo (Bilbeny, 2012).

En el marc del model Pluralista Polaritzat descrit per Hallin i Mancini (2008), les pressions polítiques juguen des de fa temps un paper destacat en el sistema mediàtic espanyol. En aquest sentit, cal tenir en compte que la premsa va estar condicionada durant bona part del segle XX per la Guerra Civil i el posterior període de dictadura franquista, que amb la llei de premsa de 1938 va aplicar una censura ideològica i va convertir els mitjans de comunicació en instruments de propaganda del règim fins a l’any 1962, quan l’anomenada “llei Fraga” va suposar una certa obertura tot abolint la censura prèvia, tot i que continuava essent impossible publicar opinions crítiques al règim (Rodríguez-Martínez et al, 2017a). Des de llavors, però, les relacions entre poder polític i mitjans de

comunicació han continuat essent molt estretes, ja que els polítics necessiten els mitjans per traslladar una imatge amable a l'opinió pública i els periodistes necessiten els polítics per obtenir primícies i tractes favorables (Bonete Perales, 1999).

Nombrosos codis deontològics, estatuts professionals i llibres d'estil es fan ressò de la necessitat d'independència dels mitjans, inclosos els Principis Generals d'Ètica Professional del Periodisme de la UNESCO, la Federació Internacional de Periodistes, el Codi Deontològic de la FAPE o el del Col·legi de Periodistes (Rodríguez-Martínez, 2010). Però malgrat que la Constitució espanyola de 1978 garanteix la llibertat d'expressió, i per tant hauria de permetre als mitjans expressar-se lliurement sense conseqüències, Maciá Barber i Herrera Damas (2010) assenyalen que, a Espanya, la influència política "es percep de forma molt intensa". Concretament, Rodríguez-Martínez et al (2017a) consideren que el procés sobiranista català és un dels exemples més recent d'influència política en el periodisme a Espanya, i adverteixen que tant els mitjans amb seu a Madrid com els de Catalunya han contribuït a polaritzar el conflicte ideològic.

En una enquesta feta amb periodistes de Catalunya, Madrid, Andalusia i el País Basc, Rodríguez et al (2010) constaten que la dependència dels mitjans respecte al poder polític és una qüestió que preocupa tant als professionals com al conjunt de la ciutadania, ja que les dues parts reconeixen les dificultats del periodisme per escapar de les pressions polítiques. També apunten que la categoria professional i els ingressos juguen un paper rellevant en aquest àmbit, ja que els càrrecs amb més responsabilitat i millor salari són els que més rebutgen dependre del govern i publicar sistemàticament informacions oficials, mentre que entre aquells que tenen categories i sous més baixos el rebuig és menor (Rodríguez Martínez, 2010). S'observa, doncs, que els professionals que es troben en una situació més precària són els que més limitada veuen la seva independència política. Tot i això, la investigació d'Herrera Damas i Maciá Barber (200) indica que hi ha disparitat d'opinions sobre la seva capacitat per tal d'enfrontar-se a les pressions polítiques. Alguns es mostren resignats davant d'aquesta realitat i assumeixen que és impossible treballar de forma absolutament lliure, mentre que d'altres consideren que cal mantenir-se ferm encara que això signifiqui perdre el lloc de treball.

Algunes investigacions constaten que la pressió política és especialment forta en els mitjans de ràdio i televisió de titularitat pública, que corren el risc de ser contemplades com a eines propagandístiques per part del partit polític que ostenta el poder (Bonete Perales, 1999; Labio Bernal, 2002). Quan això succeeix, les decisions polítiques per part del govern s'imposen a les decisions professionals que es prenen dins de les redaccions. Per aconseguir-ho, els governs interessats a controlar el contingut dels mitjans públics ho poden fer de forma directa -arribant, en alguns casos, a la manipulació d'informació- o de forma indirecta, a través de col·locar personal de la seva confiança en llocs directius per tal que difonguin continguts amb un determinat enfocament polític sense necessitat d'enfrontar-s'hi (Hanitzsch i Mellado, 2011; Fuente-Cobo, 2016). A la pràctica, doncs, la influència política en els mitjans pot adoptar formes molt variades, com per exemple oferir més informació del partit que governa que de l'oposició, publicar de forma sistemàtica informacions oficials o entrevistar el president quan aquest ho requereixi, entre altres (Rodríguez Martínez, 2010). Com s'ha vist, però, la influència governamental no arriba només als continguts dels mitjans públics, sinó que també pot incidir en els privats a través de fórmules com la concessió de llicències de radiotelevisió, les subvencions a mitjans o les subscripcions. Aquestes pressions no passen desapercebudes a la ciutadania, que considera aquesta dependència política com un problema "sistèmic" del periodisme (Rodríguez Martínez, 2010: 145).

b) La pressió del poder econòmic

Les pressions econòmiques són un altre factor clau en la pràctica quotidiana del periodisme i un dels més estudiats des de l'àmbit acadèmic. En les societats capitalistes occidentals, els anuncis i/o patrocinis s'han convertit en una via de finançament imprescindible per als mitjans de comunicació privats (i també alguns de públics), en algunes ocasions en detriment del pagament per continguts, especialment amb l'arribada d'Internet. Tal com indica Bilbeny (2012), el poder econòmic pot oferir recursos i suport als periodistes i als mitjans, però com a contrapartida també pot exercir pressions, interferències i coaccions que poden posar en risc la pluralitat i credibilitat del periodisme.

Per evitar-ho, la immensa majoria de codis deontològics i llibres d'estil defensen la necessitat de mantenir la independència del periodista respecte als interessos comercials de les empreses (Romero Domínguez, 2010), però diversos autors adverteixen que el seu compliment sovint es veu dificultat perquè l'estructura empresarial sol condicionar els continguts que es publiquen (Bonete Perales, 1999). Segons Aznar (2005: 20-21), les grans corporacions de mitjans nacionals i internacionals es regeixen més per la recerca del benefici econòmic i no pels criteris morals i compromisos ètics; de manera que és aquest objectiu, i no la voluntat d'oferir un servei públic, el que acaba guiant els seus interessos, rutines i pautes d'actuació. Davant d'aquest escenari, la conjugació dels interessos periodístics i comercials ha estat i segueix essent una de les principals preocupacions dels periodistes arreu del món (Cohen, 2002).

La influència de la publicitat i la concentració d'empreses periodístiques en grans conglomerats mediàtics són les dues principals fonts de pressions comercials. Com s'ha indicat prèviament, molts mitjans se sustenten més gràcies als anunciants que no pas al cost que paguen els consumidors pel seu producte, de manera que els anunciants tenen una alta capacitat per influir en els continguts. Davant d'això, Rodríguez-Martínez et al (2017a: 24) indiquen que els periodistes sovint es veuen obligats a ser "benèvols" amb aquelles empreses que, amb la compra d'espais publicitaris en els seus mitjans, en permeten la subsistència. Això facilita que, sovint, aquests actors els que acabin determinant què és notícia i què no en funció dels seus interessos (Romero Domínguez, 2010).

Segons Cohen (2002), aquestes pressions són especialment freqüents en l'entorn digital, on la lluita per aconseguir finançament és més aferrissada. Aquesta observació és corroborada per Suárez Villegas (2015a:99), que constata que un 37,1% dels periodistes digitals a Espanya rep pressions per adaptar informacions amb l'objectiu de no perdre una font de finançament. I és que en les circumstàncies actuals, en què els mitjans encara no s'han recuperat de la crisi econòmica i segueixen buscant un model de negoci rendible en l'entorn digital, els anunciants es veuen amb més força que mai per imposar la seva visió i limitar la independència dels mitjans (García Avilés et al, 2014). De fet, Deuze i Witschge (2017: 10-11) consideren que hi ha hagut una "caiguda progressiva de la paret

entre el vessant comercial i el vessant editorial dels mitjans”, tot propiciant que les pressions del mercat tinguin una creixent influència en el contingut publicat.

La segona gran forma de pressió econòmica és la concentració cada cop més gran de mitjans en mans d'uns pocs propietaris, que a la pràctica converteix el mercat en un oligopoli (Almiron, 2006). Segons apunta Conill (1995), la creació d'oligopolis genera, sense dubte, beneficis econòmics per a les empreses, ja que pot dotar-les d'una major eficiència, racionalitzar la producció i la rendibilitat, unificar la gestió i diversificar els riscos. De cara a la ciutadania, tanmateix, també comporta riscos com una reducció del pluralisme - a conseqüència de la reducció del nombre de propietaris- o una major mercantilització de la informació, orientada bàsicament al benefici econòmic i al manteniment de l'oligopoli. Es tracta d'una tendència àmpliament estudiada des del marc de l'economia política, especialment als Estats Units, on aquest tipus de processos han estat més habituals. Un dels primers a donar el senyal d'alerta va ser Bagdikian (1999), que a finals del segle passat ja alertava que el control de la informació estava cada cop en un nombre més reduït de mans i que s'estava creant un autèntic monopoli de la informació. A partir d'aquí, nombrosos autors han alertat de la progressiva uniformització de missatges en un context d'oligopoli i en alguns casos han reivindicat la necessitat de posar límits a la concentració de mitjans (Cooper, 1998, Herrscher, 2002).

També existeixen nombroses investigacions sobre les conseqüències que tant la pressió dels anunciants com la concentració de mitjans tenen en la qualitat del contingut periodístic. Hanlin (1992:45) subratlla que la “ferotge batalla” pel finançament dels mitjans fa que molts propietaris i editors no dubtin en sacrificar els principis de l'ètica periodística per tal d'aconseguir més beneficis econòmics; circumstància davant la qual considera que els redactors de base tenen poques possibilitats de mostrar el seu desacord. Per això, Deuze i Yeshua (2001:281) consideren que la llibertat i l'autonomia del periodista davant dels grans conglomerats mediàtics s'han convertit en “espècies en perill d'extinció”, especialment en el món digital.

La situació no és diferent a Espanya, on Almiron (2006) adverteix que l'actual periodisme "corporativitzat" suposa una elevada submissió de les empreses mediàtiques als criteris de mercat i amenaça de dissoldre el periodisme independent. Tot i això, les enquestes a periodistes realitzades per Gómez Aguilar (2009), García-Avilés et al (2014) i Palacio (2015) arriben a una mateixa conclusió: que la majoria de vegades, l'origen de les pressions és intern; és a dir, procedeixen de la mateixa empresa, sobretot dels caps de redacció o dels editors, més que no pas de caràcter extern.

Conciliar la rendibilitat econòmica amb la responsabilitat social, doncs, és un dels grans reptes de la professió. Però garantir la independència del periodista davant d'aquestes pressions econòmiques no sempre és fàcil, de manera que el professional pot adoptar dues posicions: per una banda, mantenir els seus principis ètics davant dels interessos de l'empresa i assumir els riscos que això li pot comportar en l'àmbit laboral, com per exemple la possibilitat de ser acomiadat, hipotecar futurs ascensos o, en el cas dels autònoms, no tornar a ser contractat. O, en canvi, pot optar per assumir internament les pressions polítiques i econòmiques, en alguns casos fins al punt de no acabar-les considerant com a forces externes, sinó com un aspecte "natural" de la seva pràctica diària (Hanitzsch i Mellado, 2011: 417). Una opció intermèdia, proposa Hanlin (1992), és acceptar produir un contingut amb el qual no s'està d'acord però retirar-ne la signatura com a senyal de protesta.

En el marc espanyol, els estudis realitzats indiquen que, en la majoria de casos, els professionals acaben sucumbint a les pressions econòmiques. Segons l'Informe Anual de la Professió Periodística de 2015, un 76% dels periodistes contractats i un 80% dels autònoms que treballen a Espanya admeten haver canviat parts substancials d'una informació després d'haver rebut pressions. Camps (1999: 98) considera que sucumbir a aquestes pressions acaba conduint els mitjans a una "censura econòmica", de la qual no es parla tant com de la política. En una línia similar, Romero Domingo (2010), en el seu estudi amb periodistes de quatre comunitats autònomes (Catalunya, Madrid, Andalusia i País Basc), apunta que la majoria perceben les pressions econòmiques com un problema greu per a la professió, que redueix la independència del periodista i amenaça la seva llibertat d'expressió. En el cas concret de Catalunya, detecta que és en els mitjans

radiofònics i televisius on més es percep una major influència d'anuncians i patrocinadors, molt especialment en les seccions d'economia i esports.

2.6.2.2 Mercantilització de la informació: el contingut patrocinat i les noves fórmules comercials

Les esmentades pressions econòmiques sobre el contingut dels mitjans poden adoptar diverses fórmules, tot contribuint a difuminar cada cop més les fronteres entre informació i publicitat (Deuze i Yeshua, 2001; Riordan, 2014). Així, malgrat que la distinció entre informació i publicitat és una de les regles més fonamentals de l'ètica periodística, i que la Llei General de Publicitat estableix, en el seu article 11, el deure de separar clarament informació de publicitat per no confondre la ciutadania, les empreses consideren que el públic sol prestar més atenció i atorgar més credibilitat a aquells continguts que són presentats amb l'aparença de notícia, de manera que la publicitat intenta introduir-se contínuament en els escenaris informatius (Romero Domínguez, 2010).

Aquesta realitat ha suposat el naixement de noves pràctiques comercials que poden posar en risc el principi de veritat, ja que es troben a mig camí entre la publicitat i la informació, especialment en l'entorn digital, on les fronteres entre el contingut comercial i editorial semblen diluir-se progressivament (Cohen, 2002). Singer (2003) considera que aquest és un dels principals reptes que té el periodisme digital en aquests moments, ja que cada vegada hi ha més webs que utilitzen aquestes fórmules mixtes entre la publicitat i la informació per a finançar-se. Així, als Estats Units és habitual que seccions com per exemple "Salut" estiguin esponsoritzades per organitzacions mèdiques, amb el risc d'influència en els continguts que això comporta (Cohen, 2002: 535). Per tot plegat, Picard (2014) assenyala que aquests sistemes de finançament han de motivar nous debats ètics que permetin establir normes i pràctiques establertes per tal de garantir-ne la transparència, ja que si no, adverteix Riordan (2014), els ciutadans no tindran prou elements per jutjar a quines informacions donen credibilitat.

A Espanya també estan esdevenint cada cop més populars fórmules com el contingut patrocinat, altrament anomenat “branded content”, que consisteix a publicar deliberadament continguts publicitaris com si fossin informatius. Es tracta d’una pràctica diferent dels publireportatges -peces propagandístiques pagades per una empresa o institució- que fa temps que existeixen i són una fórmula habitual de finançament del periodisme. I és que, tradicionalment, els publireportatges s’han caracteritzat per lluir algun element indicatiu -un canvi de tipografia, una referència explícita...- per indicar al lector que no es troba davant d’un contingut periodístic sinó publicitari. Amb el contingut patrocinat, aquest indicatiu no es mostra de forma tan clara, de manera que a vegades apareix de forma difosa o en alguns casos fins i tot desapareix, amb una voluntat deliberada de confondre al lector. Així, malgrat que la majoria de periodistes segueixen defensant que la informació i la publicitat haurien d’estar clarament diferenciades i que el lector hauria de saber si una notícia ha estat elaborada per periodistes o patrocinada per una empresa (García-Avilés, 2014), la fórmula del contingut patrocinat està guanyant terreny perquè es pot convertir en una bona font d’ingressos tant per a grans mitjans com per a nous mitjans digitals (Riordan, 2014).

Algunes investigacions de caràcter internacional indiquen que, en alguns casos, els periodistes no rebutgen frontalment aquesta vinculació entre contingut editorial i comercial, sinó que l’accepten com a solució davant de la precària situació actual. Això és el que succeeix, segons Rosenkranz (2016), amb els periodistes de viatges als Estats Units, molts dels quals són autònoms en males condicions econòmiques i dificultats per arribar a finals de mes. Aquesta situació, indica, els ha conduït a acceptar pràctiques que abans haurien considerat deplorables com ara l’escriptura d’articles patrocinats per empreses, l’acceptació de viatges de premsa organitzats per empreses o institucions que només ofereixen una cara amable i propagandística de la destinació o la selecció d’històries que garanteixin rendibilitat econòmica en forma de “clics” dels lectors. En una línia similar, l’enquesta feta a periodistes holandesos per Deuze i Yeshua (2001) indica que la meitat dels participants consideren legítima la intromissió del contingut comercial dins de l’editorial, mentre que l’altra meitat ho rebutja. En canvi, Riordan (2014) adverteix que la fórmula del “contingut patrocinat” amenaça severament la independència dels mitjans, i subratlla que una part important de la ciutadania no està en disposició de distingir entre el contingut informatiu i el comercial si no se l’indica

clarament. Per això, considera que el contingut patrocinat hauria d'estar sempre perfectament etiquetat per tal de no posar en risc la credibilitat del mitjà.

2.6.2.3 Autocensura: l'amenaça invisible

Més enllà de les pressions directes que els periodistes puguin rebre per part dels poders polítics, econòmics o fins i tot dels seus propis superiors, la pitjor pressió que pot patir un periodista és la que prové d'ell mateix, ja que la por a perdre la feina o a veure's degradat del seu lloc de treball el pot comportar a l'autocensura. Segons Bilbeny (2012), l'autocensura es troba íntimament relacionada amb la precarietat laboral, ja que en èpoques de crisi, quan tanquen mitjans de comunicació i es destrueixen llocs de treball, la por a perdre la feina fa que entre els periodistes augmenti el conformisme i l'autocensura. Segons Figueras-Maz et al (2012), això fa que s'acabi exercint un periodisme més dòcil.

La necessitat de mantenir un lloc de treball, doncs, pot ser un dels factors clau que condueix a l'autocensura. Segons Labio Bernal (2002:5), si un periodista "sap qui el paga i de quina estructura informativa depèn, ell mateix pot arribar a no explicar determinades coses". Des de la recerca empírica, la investigació d'Herrera Damas i Macià Barber (2009) amb professionals indica que, malgrat que els periodistes generalment consideren "inadmissible" que els anunciants puguin alterar el contingut de les informacions, molts d'ells admeten que a la pràctica hi ha moltes informacions que queden silenciades perquè són contràries als interessos dels grans grups econòmics. Així, conclouen que els casos d'autocensura són "bastant freqüents" i apunten que la solució implica buscar un equilibri entre la necessitat de ser viables econòmicament sense perdre un mínim d'independència que els permeti exercir un "periodisme digne i de qualitat".

2.6.2.4 Conflictes d'interès

Els baixos salaris que sovint es paguen en el món del periodisme, i molt especialment en el cas dels autònoms i treballadors a temps parcial, fan que sovint aquests professionals hagin de compatibilitzar dues o més feines per tal de poder arribar a final de mes. Això

fa que, a la pràctica, alguns periodistes treballin alhora per mitjans i per a gabinets de comunicació, que assessorin algun líder o partit polític o que prestin la seva imatge per a finalitats publicitàries. Aquesta pluriocupació pot generar conflictes d'interès, ja que el periodista pot veure's temptat d'afavorir, a l'hora d'elaborar els seus continguts, les altres empreses per a les quals treballa o amb les quals té algun tipus de vinculació comercial. Aquest fet pot comprometre la integritat i la credibilitat del professional, i és incompatible amb la independència que requereix la tasca periodística (Jiménez, 2016).

Així doncs, en els darrers anys hi ha hagut amplis debats sobre si els periodistes han de poder ingressar diners procedents d'empreses sobre les quals informen o poden haver d'informar. En aquest cas, el Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya no prohibeix aquesta pràctica, però sí que rebutja explícitament que els periodistes puguin utilitzar informacions privilegiades en benefici de les empreses amb les quals tenen algun tipus de relació. Concretament, estableix:

“Els periodistes no han d'usar en benefici propi la informació que reben de forma confidencial en l'exercici de la seva funció, amb independència que es publiqui o no, ni transmetre-la a terceres persones per raons similars. En conseqüència, han d'evitar pronunciar-se sobre empreses i productes en les quals mantenen un interès financer, ja sigui directament o a través de familiars o persones pròximes”.

Codi Deontològic, Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016)

Més enllà que ho estableixi un codi deontològic, estudis com el de Macià Barber i Herrera Damas (2009) indiquen que molts professionals també rebutgen aquest tipus de pràctiques, que inclouen la realització de publicitat comercial per part de periodistes, la presentació d'actes polítics i el treball simultani en un mitjà i un gabinet de comunicació.

Una altra qüestió són els regals o gratificacions que puguin rebre els periodistes d'agents externs que vulguin influir en la seva tasca. Aquestes gratificacions poden adoptar

diverses formes, com ara pagaments directes o indirectes, invitacions a dinars o regals que poden alterar la predisposició del periodista a oferir una informació veraç i lliure (Bilbeny, 2012). El codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya té un epígraf, el número 7, especialment dedicat al conflicte d'interessos, on rebutja l'acceptació de regals o gratificacions, tot i que deixa en mans de les empreses periodístiques quins han de ser els criteris a seguir. El seu text diu el següent:

“No es poden acceptar mai retribucions o gratificacions de tercers per promoure, orientar o publicar informacions i opinions. La recepció d'obsequis promocionals o commemoratius no pot ultrapassar el criteri estricte de la cortesia, segons els barems establerts per les organitzacions periodístiques. Tampoc no és admissible simultaniejar l'exercici del periodisme amb altres activitats remunerades que posin en perill els principis de veracitat i independència.

Cal rebutjar les fórmules de promoció o publicitat sota l'aparença deliberada d'informacions periodístiques.

Com a norma general, els professionals de la informació han d'evitar qualsevol situació de conflicte d'interessos, ja sigui d'àmbit polític, comercial, econòmic, financer o familiar, que posi en qüestió la credibilitat i la imparcialitat de la seva funció”.

Codi Deontològic, Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016)

El fet que el codi deontològic no estableixi a partir de quin valor econòmic específic es pot acceptar o no un regal genera una disparitat d'opinions entre els professionals. Un estudi realitzat per Salgado (2010), tanmateix, indica que els periodistes espanyols generalment rebutgen les compensacions econòmiques en efectiu i els regals per un valor superior als 200 euros, mentre consideren acceptables les entrades gratuïtes, els regals promocionals i els viatges i/o àpats pagats per les fonts.

2.6.3 Justícia i precarietat

Amb relació al principi de justícia, alguns dels seus supòsits també es veuen amenaçats per les circumstàncies econòmiques i laborals que viuen molts periodistes. Així, malgrat que Internet ha obert noves vies per a la difusió de missatges que no tenen espai en els mitjans tradicionals, encara hi ha un accés limitat d'alguns col·lectius a l'esfera pública, de manera que alguns col·lectius desfavorits tenen dificultats per fer sentir la seva veu i això pot propiciar que es perpetuïn determinats estereotips. A més, també hi ha casos en què la falta d'espai i/o reflexió fa que no es respecti la presumpció d'innocència.

2.6.3.1 Accés limitat de les fonts a l'esfera pública

L'accés de les fonts a l'esfera pública ha estat i segueix essent un destacat objecte de debat en l'estudi del periodisme. Hi ha un cos important de literatura que argumenta que les rutines dels periodistes es basen en una jerarquia de les fonts a partir de la seva credibilitat, de manera que els mitjans acaben reproduint majoritàriament les fonts oficials o més poderosos i reproduïxen així els valors polítics i socials que aquestes els interessin (Compton i Benedetti, 2010). Però mentre els mitjans tradicionals s'han caracteritzat per poder controlar i seleccionar quines fonts tenien accés a l'esfera pública, l'arribada d'Internet ha posat en qüestió aquesta capacitat (Shirky, 2014). Ara, la xarxa ofereix –almenys en teoria- la possibilitat d'oferir múltiples veus i discursos per dotar de major pluralitat l'esfera pública (Cohen, 2002; Riordan, 2014; McBride i Rosenstiel, 2014; Shirky, 2014).

En la realitat, tanmateix, aquest ideal no sempre es veu complert. En un estudi fet amb periodistes, Singer (2006) detecta que alguns professionals consideren que la creixent concentració de la propietat dels mitjans farà que, a llarg termini, hi hagi menys veus que puguin accedir a l'esfera pública, ja que uns pocs propietaris continuaran tenint la facultat de decidir a quines fonts donen veu i a quines no. A nivell més pràctic, la manca de personal, unes rutines que exigeixen un alt ritme de treball i la precarietat generalitzada també dificulten que es pugui garantir una diversitat de fonts. En aquest sentit, López i Mellado (2006) alerten d'un abús de les fonts institucionals –que solen ser fàcilment accessibles i acostumen a merèixer una elevada credibilitat- i una manca d'iniciativa a

l'hora de buscar noves històries, ja que sovint el periodista es limita a gestionar la informació que li arriba en lloc de sortir a buscar-la. De tota manera, Shirky (2014) també apunta que, gràcies a l'esfera digital, les veus que segueixen sense tenir accés als mitjans tradicionals tenen la possibilitat d'aconseguir visibilitat a través d'altres canals, com ara les xarxes socials, els blocs i el ja mencionat "periodisme ciutadà".

2.6.3.2 Els col·lectius socials desfavorits, en major risc d'exclusió

Reflectir la diversitat d'una determinada societat ha de ser una altra de les tasques essencials del periodista, tant a l'hora d'evitar estereotips com de reflectir el màxim de bé possible les societats multiculturals actuals (Jiménez, 2016). També ho ha de ser evitar que es discrimini cap persona per la seva condició sexual, discapacitat física o mental, creences, origen ètnic, nacionalitat i extracció social, tal com es reflecteix en l'article 12 del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya:

"[...] Cal evitar expressions vexatòries que puguin incitar a l'odi i a l'ús de la violència. Els periodistes han de ser especialment sensibles amb la diversitat i actuar amb sentit de justícia i respecte a les persones i els grups afectats"

Codi Deontològic, Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016)

L'article 20 de la Constitució espanyola (BOE núm. 311, 1978) estableix que els mitjans de comunicació públics han estat regulats per llei i sotmesos a control parlamentari per tal de garantir-ne l'accés als grups socials i polítics significatius, per tal de respectar el pluralisme de la societat i de les diverses llengües d'Espanya. A la pràctica, però, aquesta qüestió no queda ben resolta, ja que la Constitució no especifica què succeeix amb els mitjans privats, que queden deslliurats d'aquesta obligació i queden subjectes a regulacions de rang inferior. A més, no es tracta només d'una qüestió d'accés als mitjans, sinó també de garantir el respecte per als grups socials més desfavorits i evitar que es perpetuïn estereotips sobre determinats col·lectius.

Segons apunta Figueras-Maz (2010:87), la psicologia social defineix el concepte d'estereotip com “la imatge mental que es crea d'un grup i que s'aplica a tots els seus membres”. Aquest concepte pot incloure qüestions de gènere, minories ètniques, malalts mentals, homosexuals i creients d'una determinada religió, entre altres. Es tracta de col·lectius que no només poden patir formes de discriminació, sinó que a més tenen serioses dificultats per poder accedir als mitjans. Davant d'aquests casos, Figueras-Maz (2010) assenyala que el periodista pot aplicar el principi de justícia de dues maneres: per una banda, mantenir la imparcialitat i la neutralitat de les informacions, de manera que no se'ls doni ni més ni menys ressò que a la resta de col·lectius; o per l'altra, oferir un tracte compensatori a aquells grups que parteixen en situació de desavantatge, amb l'objectiu de fer-los més visibles i discriminar-los positivament per equilibrar les desigualtats de les quals parteixen. Segons indica, la majoria de comunicadors es mostren sensibilitzats amb els col·lectius desfavorits, però no hi ha un consens clar sobre si se'ls ha d'aplicar un tracte compensatori: alguns opinen que fer aquest “reequilibri” no és la missió dels mitjans, ja que la seva tasca consisteix a reflectir la realitat el més fidelment possible; mentre que d'altres aposten per elaborar més informacions i més positives per millorar la imatge d'aquests col·lectius.

Per tal d'abordar aquesta situació, administracions i universitats han treballat en els darrers anys per fer públics diversos decàlegs de recomanacions per al tractament periodístic dels grups socials més indefensos, per tal d'evitar-ne l'estigmatització (Figueras-Maz, 2010). El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha estat un dels més actius en aquest àmbit, publicant recomanacions respecte al tractament de la salut mental o de les persones lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals (LGTBI), entre altres. També el Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya té un annex amb recomanacions sobre la cita de nacionalitats i ètnies en les informacions.

Aquests documents, però, només ofereixen recomanacions a aquells mitjans i periodistes que voluntàriament volen seguir-los, de manera que resulten insuficients davant la naturalesa oberta i descentralitzada d'Internet, que amb la seva facilitat per a l'anonimat ha permès que cada cop existeixin més pàgines web, xats i fòrums on s'aboquin i s'articulin missatges d'odi cap a determinats grups socials, per raons, per exemple, de

raça o de gènere (Cooper, 1998). Temps enrere, la proliferació d'aquest tipus de missatges als webs dels mitjans de comunicació –que a més poden ser constitutius de delictes d'odi– va fer que moltes empreses optessin per obligar els seus usuaris a registrar-se per tal d'evitar que utilitzessin l'anonimat per a proferir insults. L'actualització de 2016 del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya inclou recomanacions en aquest sentit, però actualment aquest tipus de comentaris estan trobant cada cop més sortida a les xarxes socials (com Facebook o Twitter) dels mateixos mitjans, on els missatges dels lectors, sigui per la manca de temps o per les ganes de generar moviment digital, segueixen estant molt poc controlats.

2.6.3.3 La presumpció d'innocència

Respectar la innocència dels acusats i/o detinguts abans que siguin condemnats per un jutge, especialment durant la cobertura de detencions i/o judicis, és la manera de protegir la reputació dels afectats, que al final del procés podrien resultar innocents (Frost, 2000). Es tracta d'un dret reconegut per primer cop en la Declaració dels Drets de l'Home i el Ciutadà de França l'any 1789, i que està recollit també en el Conveni Europeu de Drets Humans i la Carta dels Drets Fonamentals de la Unió Europea. A Espanya, es troba recollit en l'article 24.2 de la Constitució i també està inclòs en la gran majoria de codis deontològics i llibres d'estil, ja que la deontologia periodística insta a evitar pronunciar veredictes abans d'hora per tal de garantir una informació veraç (Macià Barber, 2010). Un dels que ho recull és el codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, que en el seu article 10 assenyala:

“Tota persona acusada o imputada d'un delicte té dret a la presumpció d'innocència en les informacions i opinions relatives a indagacions, causes o procediments penals. El respecte i la protecció d'aquest dret són vigents des de l'inici de les actuacions policials fins que es provi la culpabilitat en un procés que gaudeixi de les garanties necessàries. Els periodistes evitaran els prejudicis, així com sotmetre els implicats a judicis paral·lels”

Codi Deontològic, Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016)

Maciá Barber (2010: 111) apunta que els periodistes han de treballar “de forma escrupolosa, amb rigor i amb cautela” per preservar la presumpció d’innocència, ja que les conseqüències nocives de saltar-se-la poden afectar no només a l’acusat, sinó a la seva família i entorn social, que es poden veure sotmesos a un linxament social malgrat que no hagin estat declarats culpables o fins i tot puguin resultar innocents. Així doncs, per garantir la presumpció d’innocència, els llibres d’estil ofereixen pautes com l’ús de les fórmules “acusats”, “processats”, “sospitosos”, “presumptes autors”, “presumptes culpables”, “suposats”, “probables”, “possibles” o “hipotètics” per referir-se a les persones que han estat detingudes i/o han d’anar a judici (*ibid*). Una altra qüestió que s’hauria de tenir en compte és no difondre la identitat completa d’un detingut, excepte si és algú de gran notorietat o amb una responsabilitat pública d’alt nivell.

L’ètica periodística també rebutja de ple qualsevol forma de judici mediàtic paral·lel per evitar que les informacions ofereixin conclusions prematures, ja que la feina dels mitjans o els periodistes no és dictar sentències. Tot i això, Maciá Barber també adverteix que el sensacionalisme i la necessitat d’espectacularitzar continguts, especialment audiovisuals, ha fet que els judicis paral·lels hagin estat habituals en els darrers anys a Espanya, especialment en les televisions privades d’àmbit estatal. Així, l’autor recorda casos d’agressions sexuals i/o assassinats, com el de les nenes d’Alcàsser, Mari Luz o Marta del Castillo; o també d’escàndols polítics, com per exemple la trama Gürtel, en què els mitjans han ofert els seus propis judicis de forma paral·lela a la justícia. Segons adverteix Herrero (2003, 87, citat a Maciá Barber, 2010: 109), aquesta versió que ofereixen els mitjans, “precipitada, no contrastada ni verificada, s’instal·la en el públic de manera que resulta molt difícil o impossible de canviar quan apareixen dades més noves i rigoroses”. De fet, Jiménez (2016) alerta que en aquests casos es fa molt difícil compensar la víctima, ja que les possibles rectificacions acaben essent molt més petites que les notícies acusatòries originals.

Els periodistes espanyols admeten que cada cop se’ls fa més difícil garantir la presumpció d’innocència (Herrera Damas i Maciá Barber, 2009). Un dels casos amb què afirmen trobar-se més habitualment, per exemple, és que els seus caps de redacció i/o secció respecten la presumpció d’innocència en el cos de la notícia però no en el titular, sigui

per falta d'espai o de reflexió. D'altra banda, hi ha periodistes que admeten que és difícil no deixar-se endur per la dinàmica o l'opinió popular sobre un succés, tot i advocar per la necessitat de mantenir-se'n a una distància prudent (Macià Barber, 2010).

2.6.4 Responsabilitat i precarietat

El darrer gran principi ètic és el de responsabilitat. En aquest sentit, l'actual marc econòmic i laboral pot influir especialment en dos dels seus aspectes més rellevants: el dret a la intimitat i el dret a la pròpia imatge; dues qüestions que, malgrat estar recollides en la legislació espanyola, han generat importants debats deontològics.

2.6.4.1 Invasió de la intimitat

El dret a la intimitat ha estat, històricament, una de les qüestions centrals de l'ètica periodística (Belsey, 1992). És un dret recollit en l'article 12 de la Declaració Universal de Drets Humans (Nacions Unides, 1948), en la majoria de codis deontològics i en alguns casos, com l'espanyol, també en l'ordenament jurídic, ja que correspon a l'article de 18 de la Constitució (BOE núm. 311) i està desenvolupat en la Llei Orgànica 1/1982, de 5 de maig, sobre protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge (BOE núm. 115). Però tot i l'existència d'aquest marc legislatiu, el grau de respecte per la privacitat pot variar molt en funció del mitjà, el país o la persona, ja que la percepció sobre quines qüestions són d'interès públic i quines corresponen a l'esfera personal és una qüestió subjectiva. En el cas de Catalunya, el dret a la privacitat està recollit en l'article 9 del codi deontològic del Col·legi de Periodistes, que estableix:

“Les persones han de ser tractades amb respecte i dignitat, particularment les més vulnerables. Cal evitar les intromissions innecessàries i les especulacions gratuïtes sobre els seus sentiments i circumstàncies. Danyar de forma injustificada la dignitat dels individus de paraula o amb imatges, fins i tot més enllà de la seva mort, contravé l'ètica periodística”.

Codi Deontològic, Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016)

En teoria, en un estat democràtic, el periodisme només hauria d'informar d'allò que té un raonable interès públic (Bilbeny, 2012). Però hi ha alguns casos en què, precisament, l'obtenció d'una informació rellevant i necessària per a la ciutadania pot requerir la invasió de la intimitat d'alguna persona, com per exemple, la corrupció o la comissió d'algun tipus de delictes per part de personatges públics, especialment polítics. Per tant, hi ha determinats moments en què col·lideixen els drets fonamentals a la informació i a la intimitat, ambdós recollits a la declaració de Drets Humans i a la Constitució espanyola, de manera que es pot produir un conflicte: què preval més, el dret a la informació o el dret a la intimitat? I, sobretot, on s'ha de traçar la línia entre allò que és d'interès públic i el que ha de quedar dins l'esfera privada? Com que no existeix ni pot existir una resposta estàndard aplicable en tots els casos, els periodistes han de tenir el seu propi criteri i ser capaços de jutjar en quins casos val la pena creuar aquesta línia. En general, la literatura periodística advoca per respectar uns certs límits de privacitat (Belsey, 1992), tot i que, com s'ha mencionat, en molts casos el dret a la privacitat està contemplat per la llei i per tant són els jutges, en última instància, els que decideixen si ha estat o no vulnerada.

Hi ha dos col·lectius que generen especial debat sobre el dret a la intimitat: les víctimes de crims, accidents o atemptats terroristes, sovint anònimes, i els personatges públics. Amb relació a les víctimes, el dret a la intimitat implica que els periodistes i mitjans han de respectar les persones que estan vivint situacions d'aflicció o patiment, i evitar furgar de forma gratuïta en els seus sentiments (Bonete Perales, 1999). En aquest sentit, la deontologia estableix que totes aquelles persones que no són personatges públics tenen dret a demanar i obtenir respecte per la seva vida privada, ja que la vulneració d'aquest dret pot perjudicar d'una forma especialment injusta els infants, les persones que han perdut un ésser estimat o gent anònima que no està acostumada a sotmetre's a l'escrutini de la llum pública (Whitehouse, 2010). Per això, Bonete Perales (1999: 40) considera "lamentable" que els periodistes envaeixin amb els seus micròfons, càmeres i gravadores la intimitat de persones anònimes en el moment en què es veuen sacsejades per alguna tragèdia.

L'altre gran col·lectiu afectat per qüestions relacionades amb la intromissió en la intimitat són els famosos, siguin polítics, artistes o altres personalitats destacades. La preocupació

europea per aquesta qüestió sorgeix pel fet que en alguns països, especialment al Regne Unit, els tabloides han anat un pas massa enllà i en alguns casos s'han saltat totes les barreres de la privacitat i intimitat i s'han encarregat de mostrar amb tota mena de detall les alegries i misèries de famosos, polítics i famílies reials (Keeble, 2009). Per això, les escoltes telefòniques, els micròfons ocults i altres formes d'invasió de la privacitat estan prohibides per llei a la majoria de països europeus. En el cas concret d'Espanya, l'interès per la vida privada dels personatges públics és tant o més elevat que a la resta de països d'Europa. Hi ha mitjans –els anomenats programes televisius o revistes “del cor”- que es dediquen exclusivament a comercialitzar amb la privacitat dels personatges públics, i en alguns casos són els mateixos interessats els que expliquen voluntàriament les seves intimitats per tal de fer-hi negoci (Camps, 1999). En aquest cas, s'entra en una mercantilització de la pròpia persona que després li resta arguments per quan vulgui que es respecti la seva privacitat (Herrera Damas, 2010).

Els problemes referents a la invasió de la intimitat s'han multiplicat amb l'arribada d'Internet. Cal tenir en compte, com recorda Whitehouse (2010), que les xarxes socials han canviat el paradigma de la privacitat, ja que avui en dia molta gent comparteix voluntàriament una gran quantitat d'informació personal a través d'Internet, a vegades sense arribar a calibrar-ne realment les conseqüències. A partir d'aquí, la ràpida difusió que permet Internet pot fer que l'usuari perdi el control d'aquesta informació, ja que sovint els periodistes utilitzen les xarxes socials com a font d'informació i d'imatges, per exemple d'una persona morta. Per això, l'autora defensa que calen directrius ètiques més clares per protegir la intimitat d'aquesta gent i que els periodistes siguin molt conscients del dany moral que poden causar. El mateix opina Frost (2000), segons el qual, el fet que la gent participi en xarxes socials i li agradi estar al dia de les últimes tafaneries no significa que estigui disposada a compartir la seva intimitat amb desconeguts, de manera que demanen tanta o més privacitat que abans que del naixement de les xarxes.

Finalment, Belsey (1992) denuncia que, en les últimes dècades, molts governs han decidit retallar el dret a la intimitat dels seus ciutadans amb l'argument de millorar la seguretat estatal, especialment davant de noves amenaces com els atacs terroristes o informàtics. Per aquest motiu, aquest autor considera que les qüestions relacionades amb la privacitat

no haurien d'estar recollides en lleis, que són promulgades pels governs de torn, sinó exclusivament en els codis deontològics, per evitar que els governs puguin frenar, a través de normatives i argücies legals, l'avanç del periodisme d'investigació.

2.6.4.2 Dret a la pròpia imatge

Estretament vinculat al dret a la intimitat es troba el dret a la pròpia imatge. De nou, una de les qüestions que més debat genera és la publicació d'imatges de les víctimes de guerres, catàstrofes naturals, accidents o atemptats terroristes, siguin ferits o cadàvers. En general, els codis deontològics recomanen respecte a les víctimes i a les seves famílies, així com un tracte "escrupolós" respecte a la identitat de les persones afectades (Alcalá, 2010: 244). Belsey (1992) considera legítim que els mitjans vulguin informar sobre aquestes persones, però recomana que es faci amb mesura i tenint en compte la seva condició de personatges no públics. Bilbeny (2012: 106-107), per la seva banda, creu que mostrar-ne les imatges respon bàsicament a una qüestió de sensacionalisme, de manera que demana una informació gràfica que eviti la morbositat i sigui "respectuosa" amb la sensibilitat del públic i amb la dignitat humana.

Segons l'estudi realitzat per Alcalá (2010), a Catalunya, els periodistes són generalment conscients del problema que pot representar l'ús d'imatges de cadàvers, i la majoria advoquen per ser especialment curosos amb aquest tipus d'informació. En aquest sentit, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) recomana, entre altres coses, evitar recrear-se en les escenes de dolors i patiment; ser prudent amb l'ús d'imatges de cadàvers tot procurant que no es puguin identificar; evitar les intrusions en l'esfera íntima de les víctimes i els seus familiars i extremar la prudència a l'hora de facilitar les identitats de les víctimes. Tot i això, també hi ha un percentatge significatiu de professionals que defensa que les imatges de cadàvers s'han de mostrar per tal de sensibilitzar la població, especialment en el cas de guerres, catàstrofes naturals o atacs terroristes. Investigant concretament el cas del terrorisme, Tulloch (2010: 215-216) arriba a la mateixa conclusió: que la professió, a Catalunya, es divideix entre els que rebutgen mostrar imatges de ferits i cadàvers, fent prevaler el dret a la intimitat de les víctimes; i els que estan a favor de

mostrar les imatges amb l'objectiu de transmetre a la ciutadania una informació completa que “sacsegi consciències”.

2.7 Mecanismes de protecció ètica i professional a Catalunya i Espanya

Malgrat que, tal com s'ha descrit fins al moment, tant el periodisme com els seus professionals es troben des de fa temps en una situació de profunda crisi econòmica i social, la falta de cohesió i la ja manca de regulació en aquest àmbit fan que les mobilitzacions per fer front a la precarietat encara hagin estat relativament dèbils tant a Catalunya com a Espanya. En canvi, sí que existeixen mecanismes d'autoregulació per protegir l'ètica periodística, especialment a Catalunya, i instruments legals per a regular els drets més bàsics de la ciutadania.

2.7.1 Una escassa mobilització col·lectiva

Una de les conseqüències de l'escassa regulació que impera en el marc del periodisme en el marc català i espanyol -derivada del fet que no es requereixi cap titulació ni col·legiació específica per exercir-lo- és que el col·lectiu disposa d'una dèbil identitat professional. També hi influeix el mencionat individualisme que impera en bona part de la professió, que en els darrers anys s'ha vist accentuat pel desmantellament de redaccions i l'increment d'autònoms. En aquest context, i emmarcant-se en el model Pluralista Polaritzat de Hallin i Mancini (2008), les organitzacions i sindicats periodístics a Catalunya i Espanya tenen escassa capacitat d'influència en el sector, especialment en comparació als organismes forts que hi ha als països del nord d'Europa.

2.7.1.1 L'associacionisme periodístic en l'àmbit espanyol

La debilitat dels organismes de representació col·lectiva fa que els intents que s'han fet fins ara per articular una resposta conjunta a la precarietat laboral dins l'àmbit espanyol hagin estat més aviat discrets. En els darrers anys, les mobilitzacions professionals només

ha arribat a les redaccions de forma puntual, concentrant-se en aquells mitjans que s'han vist afectats per expedients de regulació d'ocupació, però no s'ha produït una resposta àmplia i massiva. De fet, a Espanya, l'única vaga general de periodistes que s'ha conegut data de 1919. Des de llavors, el sector no s'ha plantejat mai una vaga col·lectiva específica del sector malgrat tots els processos de concentració, retallades, tancament o fins i tot censura que s'han produït (López i Mellado, 2006), malgrat que sí que hi ha hagut aturades puntuals en mitjans concrets i professionals que s'han adherit a les vagues generals convocades pels sindicats majoritaris. Així doncs, malgrat que, tal com s'ha vist en els apartats anteriors, qüestions com la necessitat de més estabilitat, millors salaris i una menor sobrecàrrega de feina afecten i preocupen els professionals a l'hora d'exercir la seva feina, encara són pocs els periodistes que s'alien i fan front comú per a defensar els seus drets davant les empreses (Cantalapiedra et al, 2000; Caro González i Jiménez Marín, 2006).

En el conjunt d'Espanya, les comunitats autònomes que avui dia disposen d'un Col·legi professional de periodisme són Catalunya, Galícia, Múrcia, Andalusia, País Basc, Castella i Lleó, la Rioja, Astúries, Navarra, Aragó, mentre que els de Cantàbria i Canàries es troben ja en procés de creació. L'any 2018, els nou col·legis que existien en aquell moment es van agrupar en la Red de Colegios Profesionales de Periodistas, amb l'objectiu de coordinar les actuacions de defensa de la professió i treballar conjuntament per a la creació d'un Consell General de Col·legis de Periodistes (Red de Colegios Profesionales de Periodistas, 2018). No es tracta, però, de l'únic organisme de representació estatal, ja que paral·lelament també existeix la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), molt més antiga -va néixer el 1922- i que compta amb 49 associacions federades i 17 més de vinculades, que en conjunt representen prop de 19.000 professionals (FAPE, s.d.). Al llarg de la seva existència, la Red de Colegios i la FAPE han treballat de forma independent i amb escassa col·laboració, igual que ha succeït amb moltes de les nombroses associacions i sindicats que existeixen a les diferents comunitats autònomes. Per això, García Castillejo (2008: 389) considera que tots aquests organismes no han resultat "tan eficients com es voldria" en la protecció efectiva dels drets específics dels periodistes. Per tal de revertir la situació, diversos autors reclamen una major unió dels periodistes i que els col·legis professionals i les associacions de la premsa juguin realment

un paper actiu per garantir els drets dels treballadors (Caro González i Jiménez Marín, 2006).

De moment s'han fet alguns passos, tot i que amb un èxit relatiu: les convencions periòdiques de periodistes celebrades a Cadis (1998), Valladolid (2000) o Tarragona (2002) van servir per posar sobre la taula precarietat imperant en el sector i tirar endavant una proposta de regulació laboral del sector periodístic. D'aquí en va sortir la proposta de crear un Estatut del Periodista Professional, que es va arribar a debatre al Congrés dels Diputats a través d'iniciatives presentades pel PSOE i Izquierda Unida, però que no va prosperar (García Castillejo, 2008; Alsius, 2012). Paral·lelament, la FAPE també ha tirat endavant diverses iniciatives per aconseguir un Estatut, però totes han anat fracassant, en bona part, per l'oposició frontal del sector empresarial (García Castillejo, 2008). L'any 2018, quan va néixer la Red de Colegios Profesionales de Periodistas, una de les primeres iniciatives que van prendre els seus responsables va ser reunir-se amb diversos grups polítics amb representació al Congrés dels Diputats per traslladar-los la necessitat de fer obligatori tenir la titulació corresponent per exercir el periodisme, amb l'objectiu de combatre l'intrusisme i protegir el dret a la informació davant la proliferació de les notícies falses (Col·legi de Periodistes, 14 de juny de 2018). A hores d'ara, però, el Govern espanyol no ha acceptat aquesta petició.

2.7.1.2 L'associacionisme periodístic en l'àmbit català

A Catalunya, el grau d'associacionisme, malgrat ser més elevat que a altres punts de l'Estat espanyol, encara és relativament baix. El principal òrgan de representació del sector és el Col·legi de Periodistes de Catalunya, creat l'any 1985 per una llei del Parlament de Catalunya amb l'objectiu de garantir la regulació i la defensa dels professionals del periodisme, però també defensar el dret de la ciutadania a rebre una informació veraç (DOGC 616, 1985). L'any 2017 comptava amb més de 4.000 membres, essent la institució amb més suport per part dels professionals a Catalunya. Tot i això, no es pot considerar un òrgan de representació absoluta, precisament per la seva condició d'organisme de col·legiació no obligatòria. Tampoc disposa de capacitat sancionadora, fet que limita la seva capacitat d'incidir de forma directa en les actuacions dels

periodistes. A més, el seu àmbit d'actuació es troba circumscrit estrictament en l'entorn professional, però no té capacitat d'actuació en l'àmbit laboral.

La defensa dels drets laborals es troba dins l'àmbit d'actuació dels sindicats, i en el cas català l'organisme de referència del sector és el Sindicat de Periodistes de Catalunya, nascut el 1993 per defensar els periodistes i representar-los sindicalment en les seves empreses (Sindicat de Periodistes, s.d.). El seu principal objectiu és aconseguir unes condicions laborals i professionals dignes per als periodistes, tot reivindicant també la pluralitat informativa dels mitjans públics i reivindicant, igual que altres organismes, un Estatut del Periodista per a regular les condicions del sector (Rodríguez-Martínez et al, 2017b). L'any 2017 tenien un centenar de membres escollits en comitès d'empreses, tot i que el seu reconeixement social és menor que el del Col·legi de Periodistes. A més, segons apunten Fuente-Cobo i García-Avilés (2014), els sindicats a Espanya no tenen suficient capacitat operativa per defensar els drets dels periodistes, ja que, igual que succeeix amb els col·legis i associacions, no han estat capaços de promoure la unitat d'acció que seria desitjable.

D'altra banda, Catalunya també compta amb dues associacions periodístiques de caràcter més específic: l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) i l'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya (APEC) (Rodríguez-Martínez et al, 2017b), que compleixen unes funcions més aviat de divulgació i rendiment de comptes més que no pas de preocupar-se per les condicions de treball. Finalment, dins l'àmbit català també existeix el Grup de Periodistes Pi i Margall, nascut el 2016, altament polititzat i clarament contrari al procés independentista i que vol promoure un model comunicatiu "que faciliti la convivència entre els catalans i d'aquests amb la resta d'espanyols" (Grup de Periodistes Pi i Margall, s.d.).

En general, igual que succeeix en el conjunt espanyol, es detecta una manca d'acció coordinada entre el Col·legi, els sindicats i les associacions de periodistes. En les mobilitzacions contra la precarietat, una de les poques experiències transversals que s'han produït va ser la creació a Catalunya de la plataforma Mitjans en Lluita, en què redactors

de diversos mitjans es van unir per denunciar públicament la precarietat del sector i alertar de la degradació del dret de la informació i la llibertat d'expressió a causa de les precàries condicions laborals amb què treballen (Oliva, 2013). Una altra iniciativa va ser la constitució d'una Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació, integrada per més d'una trentena d'entitats (inclosos els col·legis de Periodistes i l'Audiovisual, els principals sindicats i la Generalitat) i que l'any 2013 va presentar un document amb 40 propostes genèriques per millorar la professió, que inclouen la reducció de la precarietat –sobretot en el cas dels autònoms- i la lluita contra la pirateria, entre altres (Coll, 2013). L'any 2017, el Col·legi de Periodistes va crear una comissió de treball destinada específicament a combatre la precarietat laboral, que va endegar la campanya “Gratis no trebalo” i que el 10 de novembre d'aquell mateix any va celebrar una jornada monogràfica on es va fer palès que els professionals s'enfronten a un nivell d'estrès cada cop més elevat i que col·lectius com les dones, els autònoms i els fotoperiodistes són especialment vulnerables davant la precarietat (Arbós, 2017). Cap d'aquestes iniciatives, tanmateix, ha tingut prou transcendència ni ha aconseguit establir unes bases laborals sòlides per a la professió.

2.7.2 El instruments de regulació i autoregulació

La necessitat de regular el contingut dels mitjans per a garantir-ne la qualitat és una altra de les qüestions que ha generat un gran debat no només professional i acadèmic, sinó polític i econòmic. Tal com s'ha vist, les posicions liberals defensen que els mecanismes del mercat són suficients per regular el contingut dels mitjans, que queden exclusivament en mans del consum que en fa la ciutadania. En canvi, segons el model de responsabilitat social, els mitjans han d'exercir la seva llibertat amb responsabilitat per tal de garantir que els seus continguts responguin genuïnament a l'interès públic. Per això, hi ha professionals i acadèmics que defensen l'existència d'institucions i organismes que permetin protegir els principis deontològics del periodisme davant les dinàmiques empresarials i econòmiques. Segons Alsius i Salgado (2010: 25), cal algú que “vigili el vigilant”; una tasca que hauria de ser compartida pel poder polític i econòmic, els mateixos professionals, les empreses i també la ciutadania, com a destinatària final de la informació.

Per a exercir aquest “control de qualitat”, existeixen dues vies diferents però que poden ser complementàries: per una banda, la regulació legal, que és vinculant i imperativa, i per l'altra, l'autoregulació, de caràcter voluntari i no coercitiva. La principal diferència entre totes dues és que la primera està en mans dels governs -i per tant, dels poders polítics-, mentre que la segona sorgeix de la mateixa professió. Tot i això, Alsius (1998) defensa que les dues es retroalimenten, ja que les normes que consolida la deontologia periodística tendeixen a buscar una assumpció jurídica mentre que les llacunes de la regulació legal són omplertes, en part, per la deontologia. També existeixen, tanmateix, algunes situacions on no arriben ni la llei ni la deontologia, i que deixen els professionals amb la responsabilitat de prendre ells mateixos la decisió (Camps, 1999).

2.7.2.1 Mecanismes de regulació: la llei com a límit

La regulació a través de lleis és el mecanisme del qual disposen governs i estats per influir en el contingut i comportament dels mitjans de comunicació, ja que el seu incompliment pot tenir un perjudici econòmic per al mitjà o periodista en qüestió, com per exemple una multa o la retirada de la llicència d'emissió. Tot i això, no existeix un consens sobre la conveniència d'utilitzar la regulació legal com a via per a garantir la llibertat d'expressió i el dret a la informació, ja que alguns autors consideren que, en realitat, les mesures legals poden servir per a limitar-les. A continuació s'exposen els arguments a favor i en contra de la regulació i la legislació imperant en el marc europeu, espanyol i català.

a) Els debats sobre la regulació

El dret a emetre i rebre una informació veraç i completa es troba recollit en la majoria de constitucions dels estats democràtics (Alsius i Salgado, 2010), malgrat que la llibertat de premsa encara no està estesa ni garantida a tots els països del món. En aquells estats on la democràcia no ha estat implantada, les lleis s'utilitzen per restringir la llibertat dels mitjans, empresonar periodistes, mantenir la censura i tancar els mitjans crítics amb el poder (Frost, 2000). Però també les societats plurals i democràtiques, davant la vital importància que ha anat assumint la comunicació de masses, han anat regulant alguns dels seus aspectes més bàsics a través de les lleis. D'aquí n'ha nascut l'anomenat dret de la informació, que fa referència al “conjunt de normes jurídiques que regulen l'activitat

periodística als mitjans de comunicació” (Alsius, 1998: 73). Tot i això, no existeix un consens clar en l'àmbit acadèmic ni professional sobre la necessitat de regulació legal ni quins han de ser els seus límits.

Els defensors de la regulació consideren que és la millor manera de garantir un major respecte dels mitjans per l'ètica professional. Un dels seus principals arguments és la seva capacitat sancionadora, de la qual no disposen els elements d'autoregulació (Alsius, 1998). En l'àmbit europeu, hi ha experts que demanen més regulació per acabar amb la influència política que, d'acord amb el model Pluralista Polaritzat de Hallin i Mancini, pateixen els mitjans de comunicació del sud, el centre i l'est del continent (Fengler et al, 2014). Aquest corrent favorable a una major regulació també ha arribat a Espanya, on un nombre considerable de professionals demana que s'augmenti la regulació per millorar la qualitat del contingut dels mitjans i alliberar-los dels poders polítics i econòmics (Alsius, 2012). En xifres concretes, una enquesta realitzada per Micó et al (2008) assenyalava que un 63,6% dels professionals creu que la pràctica periodística hauria d'estar regulada per llei, mentre que l'estudi de García Avilés et al (2014) també mostra que una part del col·lectiu vol una major implicació de l'estat, ja sigui a través d'un marc legal o de la implementació de les normes legals ja existents.

Una de les iniciatives que s'ha impulsat en aquesta direcció és la Proposta d'Estatut del Periodista Professional que va posar sobre la taula la Federació de Asociaciones de Prensa (FAPE), que planteja la creació d'un Consell Estatal de la Informació finançat amb diners públics i amb capacitat sancionadora (Aznar, 2005). Tot i això, Micó et al (2008: 28) consideren que dins del sector es produeix una situació “contradictòria”, ja que cada vegada que s'ha plantejat l'aprovació d'un Estatut del Periodista o la constitució d'un Consell de l'Audiovisual s'han aixecat veus en contra, que consideren que una major regulació pot erosionar la llibertat d'expressió i el dret a la informació. En aquest sentit, l'enquesta a periodistes digitals realitzada per Suárez Villegas (2015a) constata que només un 31,4% dels professionals està d'acord amb que l'Estat pugui intervenir per augmentar la regulació.

I és que la regulació presenta algunes limitacions clares que els seus detractors s'han encarregat d'assenyalar. La primera és el risc de censura, ja que el govern de torn podria acabar coartant la llibertat dels periodistes, element imprescindible per tal que els professionals de la informació puguin exercir la seva funció de control del poder (Aznar, 2005). Un dels crítics en aquest sentit és Laporta (1999: 86), que considera que els governs “són enemics potencials de la informació que els pot perjudicar”, i per això creu que, si es deixa la regulació del flux informatiu només a les seves mans, “les possibilitats de distorsió de la notícia i les amenaces a la llibertat d'expressió serien quotidianes”. També Camps (1999: 92) rebutja la imposició de més lleis perquè creu que “no és lícit, ni bo, ni resol res”, sinó al contrari, significa que el periodista renuncia a la seva pròpia autonomia.

En segon lloc, és molt difícil fer una llei universal que valgui absolutament per a tots els casos, especialment quan es tracta de qüestions relacionades amb la llibertat d'expressió i el dret a la informació (Aznar, 1999). Segons Cooper (1998), cal tenir en compte que, gràcies a Internet, la comunicació ha traspassat les fronteres dels països per convertir-se en global, de manera que les respostes als nous han de ser cada vegada més col·lectives i no limitar-se a les fronteres d'un sol país o govern. A hores d'ara, tanmateix, el caràcter descentralitzat i global de la xarxa ha fet impossible establir una normativa única compartida en l'àmbit internacional (Deuze i Yeshua, 2001; Birsen, 2011).

Un altre problema és la lentitud amb què opera el sistema legal. Tal com apunta Alsius (1998: 74), l'impacte actual dels mitjans és tan gran i els seus efectes tan imprevisibles que els legisladors no donen l'abast, de manera que sovint es veuen superats per les circumstàncies i la jurisprudència segueix unes línies “insegures i vacil·lants”, incapaç de donar resposta a tots els problemes i dubtes morals que genera el ràpid i exponencial desenvolupament dels mitjans de comunicació. Finalment, Bardoel i d'Haenens (2004) adverteixen que els governs i les seves regulacions han demostrat ser molt poc efectius davant del poder econòmic, ja que no han aconseguit evitar la creació de grans oligopolis mediàtics ni tampoc estimular la pluralitat de la premsa.

En tot cas, en aquells països democràtics que inclouen la regulació de la informació en el seu règim jurídic, les lleis es fonamenten en dos drets bàsics: la llibertat d'expressió, que protegeix el dret de l'emissor a difondre lliurement els seus missatges, i el dret a la informació, que protegeix el dret de la ciutadania a rebre'ls (Bonete Perales, 1999; Alsius, 1998). Però malgrat que tant la llibertat d'expressió com el dret a la informació són els dos pilars fonamentals d'aquest àmbit jurídic, a la pràctica poden entrar en conflicte entre ells. Això es fa evident a l'hora d'aplicar les lleis i reglaments específics que desenvolupen els dos drets, que a més també poden col·lidir amb altres drets de la ciutadania, com el dret a l'honor, a la pròpia imatge o a la infància (Alsius, 1998). Més enllà d'aquests dos drets universals, algunes de les àrees concretes que més sovint són objecte de protecció legal són la privacitat, la presumpció d'innocència, la infància, el dret a l'honor i la confidencialitat de les fonts (Frost, 2000). Aquestes lleis poden variar molt en funció d'un estat a un altre, encara que estiguin dins de paraigües com la Unió Europea o els Estats Units.

b) Els intents de regulació internacional

El fet que cada cop hi hagi més mitjans i grups de comunicació que operen en l'àmbit internacional dificulta la tasca de regular la informació, ja que cada país té les seves pròpies lleis i el que és il·legal en un país pot ser il·legal en un altre (Frost, 2000). Tot i això, els països europeus han fet alguns esforços per establir algunes directrius a nivell internacional. Una de les propostes més clares en aquest sentit és la Declaració Universal de Drets Humans, que en el seu article 19 protegeix explícitament el dret a la llibertat d'opinió i d'expressió. Textualment, diu que “aquest dret inclou la llibertat de mantenir les pròpies opinions sense interferències i de buscar, rebre i impartir informació i idees a través dels mitjans independentment de les fronteres” (Nacions Unides, 1948).

A més, tots els països europeus han signat el Conveni Europeu de Protecció dels Drets Humans, inspirada en la Declaració Universal de 1948 i que és la base utilitzada pel Tribunal Europeu de Drets Humans per garantir els drets dels ciutadans europeus, entre els quals es troben la llibertat d'expressió i el dret a la intimitat. Concretament, el document estableix que tota persona té el dret a veure respectada la seva vida privada i

familiar, així com el dret a la llibertat d'expressió, que inclou la llibertat d'opinions i la llibertat de comunicar informacions i/o idees sense interferència de les autoritats públiques i més enllà dels límits de cada país (Consell d'Europa, 1950).

Finalment, un altre document clau en l'àmbit europeu és la resolució 1003 del Consell d'Europa, aprovada l'any 2003, que en aquest cas no té força coercitiva però que estableix unes directrius polítiques que es recomana seguir a tots els països que formen part de la Unió. Aquesta resolució parteix de la base que la informació és un dret fonamental propietat de la ciutadania, no de les autoritats, i estableix que els mitjans de comunicació han d'oferir informació veraç, en el cas de les informacions, i honesta, en el cas de les opinions, tot assenyalant que les empreses de comunicació han de tractar la informació no com un producte sinó com un dret fonamental del ciutadà (Consell d'Europa, 1993).

c) La regulació a Espanya i Catalunya

I. Regulació a Espanya

A Espanya, la llibertat d'expressió es troba protegida per la llei de més rang, la Constitució, que data de 1978 i que en el seu article 20 protegeix tant la llibertat d'expressió com el dret a la informació. Concretament, reconeix el dret a “expressar i difondre lliurement els pensaments, idees i opinions mitjançant la paraula, l'escrit o qualsevol altre mitjà de reproducció”, així com a “comunicar o rebre lliurement informació veraç per qualsevol mitjà de difusió” (Constitució Espanyola, 1978). A partir de la Constitució, l'Estat ha anat desenvolupant diverses lleis que protegeixen qüestions com el dret a l'honor, la intimitat i la pròpia imatge; el dret de rectificació; la protecció de la joventut i la infància i la clàusula de consciència dels periodistes, mentre que el codi penal també castiga males praxis com les injúries o les calúmnies (Alsius, 2008; Casasús, 2011).

El dret a l'honor, a la intimitat i a la pròpia imatge estan regulats conjuntament en una llei orgànica de 1982, que és molt àmplia i que no resol totes les situacions de dubte (Camps, 1999). Tot i això, ha estat en virtut d'aquesta llei que en els darrers anys s'ha aturat

judicialment la distribució d'alguns exemplars de revistes satíriques per considerar que atemptaven contra l'honor dels seus protagonistes, com va passar, per exemple, el 2007 amb una portada d'*El Jueves* on apareixien els llavors prínceps d'Espanya. Aquest tipus de censura ha acabat propiciant, en algunes ocasions, una autocensura per part dels mateixos mitjans –com va passar més endavant amb *El Jueves*- per evitar nous problemes judicials. D'altra banda, igual que en molts altres països, hi ha una preocupació creixent per la protecció de la infància i la joventut que contempla la necessitat de no exposar-los a continguts violents, especialment en el món televisiu, fet que queda plasmat en diverses lleis i disposicions administratives (Alsius, 1998).

Dins la legislació espanyola existeix també el dret de rectificació, que assisteix a tots els ciutadans a poder tenir accés als mitjans de comunicació per desmentir informacions que consideren falses o esbiaixades (Alsius, 1998). L'exercici i la defensa d'aquest dret, tanmateix, s'han complicat considerablement amb l'arribada Internet, ja que la informació que es difon a la xarxa sol quedar a disposició de tothom i és molt més difícil d'eliminar i/o rectificar. Per això, en els darrers anys ha sorgit el concepte del “dret a l'oblit”, que inclou el dret a limitar la difusió universal i indiscriminada de dades personals en els buscadors d'Internet quan la informació és obsoleta o ja no té rellevància ni interès públic (Agencia Española de Protección de Datos, s.d.). Aquest dret s'empara en una sentència del Tribunal de Justícia de la Unió Europea de 2014, que estableix que tots els ciutadans puguin sol·licitar, passat cert temps i sota determinades condicions, que les seves dades personals no puguin ser trobades a través d'una recerca a Internet. El problema és, però, que el Tribunal no va especificar quant de temps havia de passar, de manera que han de ser cada empresa i cada país els que donin resposta a cada cas particular (Jiménez, 2016).

Un altre aspecte regulat per la llei és la clàusula de consciència, que en aquest cas és un instrument de protecció per als periodistes. Espanya va ser el primer país europeu en incloure aquest dret a la seva Constitució, l'any 1978, i desenvolupar-lo amb una llei orgànica el 1997. La seva principal funció és garantir la independència dels periodistes en el desenvolupament de les seves funcions professionals i garantir el dret de la ciutadania a rebre informació (Bilbeny, 2012; Fuente-Cobo i García-Avilés, 2014). Així,

la clàusula de consciència protegeix el dret del professional a negar-se “motivadament” a participar en informacions contràries a l’ètica periodística sense que pugui resultar sancionat o perjudicat, així com a rescindir el seu contracte amb una empresa amb una indemnització similar a la que rebria en cas d’acomiadament improcedent si hi ha un canvi substancial en l’orientació o línia ideològica del mitjà o si és traslladat a un altre mitjà del mateix grup que suposi una ruptura patent amb la seva orientació professional (Bilbeny, 2012; Fuente-Cobo i García-Avilés, 2014). Tot i això, segons Fuente-Cobo i García-Avilés (2014), el balanç de l’efectivitat de la clàusula de consciència és més aviat negatiu, ja que no ha suposat una solució real ni eficaç per fer front a les pressions a les quals es veuen cada cop més sotmesos els periodistes i ha estat invocada en molt poques ocasions. Els dos autors apunten com a principals causes d’aquest fracàs l’oposició que hi ha mostrat els editors, propietaris i els mateixos periodistes, que sovint l’han contemplat com una limitació a la llibertat d’expressió i han tingut por que es converteixi en una fórmula per emmordassar els mitjans i els periodistes; al fet que estigui recollida en pocs convenis professionals; l’absència d’un estatut jurídic del periodista a Espanya que serveixi de referent legal i a la falta d’acord entre les diferents organitzacions periodístiques a l’hora de defensar-lo.

També s’ha de tenir en compte que, en algunes ocasions, l’ordenament jurídic espanyol no ha servit per protegir la llibertat d’expressió, sinó per a limitar-la. L’any 2015 va entrar en vigor la Llei de Seguretat Ciutadana, també coneguda com a “Llei mordassa”, que ha estat àmpliament criticada, entre altres qüestions, per reduir la llibertat que tenen els periodistes i altres professionals de la informació, com ara els fotògrafs, a l’hora de fer la seva feina, ja que limita la possibilitat de prendre fotografies dels agents dels cossos de seguretat durant les seves actuacions o condiona la cobertura informativa si es considera que pot posar en risc la seguretat ciutadana (Jiménez, 2016).

Un capítol a part són les lleis que regulen els mitjans audiovisuals a tot l’Estat, com l’Estatut de la Ràdio i la Televisió (1980) o la Llei de la Televisió Privada, que data de 1988. En ambdós casos, es deixa clar que els mitjans audiovisuals són un “servei públic essencial” i que per tant han d’actuar com a tals (Bonete Perales, 1999). En el cas de l’Estatut de Ràdio i Televisió, per exemple, es garanteix que els mitjans audiovisuals han

de seguir unes directrius d'objectivitat, veracitat i imparcialitat; separació entre informacions i opinions; respectar el pluralisme de la societat; respectar l'honor i la vida privada; protegir la infància i la joventut i respectar valors com la igualtat, entre altres (BOE núm. 11, 1980). Tot i això, Camps (1999) adverteix que, malgrat l'existència de consells d'administració i comissions parlamentàries, el problema és que els organismes públics sempre tendeixen a polititzar-se, de manera que el control que realitzen sempre és parcial i mai complet del tot. Per això, considera que el control intern (des de la mateixa professió) i extern sempre s'haurien de combinar per tal d'evitar caure en l'endogàmia o en la politització.

II. Regulació a Catalunya

Pel que fa a Catalunya, la llei orgànica 6/2006 de reforma de l'Estatut d'Autonomia té diversos epígrafs dedicats als mitjans de comunicació, per tal de garantir, entre altres, el dret a la informació de la ciutadania a rebre una informació veraç i que respecti la dignitat de les persones, tot garantint el pluralisme polític, social, cultural i religiós (Llei orgànica 6/2006, DOGC 4680). Dins del marc català, l'àmbit que està sotmès a una major regulació és el sector audiovisual, que compta amb les seves lleis específiques. Una de les més importants és la llei de la comunicació audiovisual a Catalunya (Llei 22/2005, DOGC 4543), que protegeix drets com la llibertat de comunicació, la funció de servei públic dels mitjans audiovisuals, la veracitat i la protecció de drets com el de rectificació o el pluralisme.

Igual que succeeix en l'àmbit espanyol, el govern català també ha aprovat lleis per regular el funcionament i continguts dels mitjans públics. Per això, existeixen la llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (Llei 11/2007, DOGC 4990), i el Mandat Marc del sistema públic audiovisual (2010), aprovat pel Parlament i que concreta el compromís dels mitjans audiovisuals públics amb els objectius de qualitat informativa, defensa del pluralisme i igualtat entre homes i dones, accés universal als continguts audiovisuals, protecció de la infància i la joventut, promoció del català i l'aranès, defensa del civisme, la cultura i l'educació, la professionalitat, independència i responsabilitat

professional i la promoció de noves tecnologies, entre altres (Rodríguez-Martínez et al, 2017b).

D'altra banda, Catalunya també compta amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), un organisme públic i independent creat l'any 2000 per vetllar pel compliment de la normativa aplicable als prestadors de serveis de comunicació audiovisual, tant els públics com els privats, dins l'àmbit català. Entre les seves competències hi ha les d'imposar sancions econòmiques o suspendre les emissions, concedir i retirar llicències i controlar les infraccions que es produeixen, però també elabora i difon abundant doctrina ètica en forma de recomanacions als mitjans de comunicació, periodistes i autoritats de Catalunya (Rodríguez-Martínez, 2017b). Una de les seves mancances, tanmateix, és la seva limitació territorial (no existeix un organisme similar en l'àmbit espanyol, tot i que sí que n'hi ha en altres comunitats autònomes), de manera que no té possibilitat d'intervenir sobre les cadenes de ràdio o televisió amb cobertura estatal (Alsius, 2012). A més, igual que succeeix en altres països europeus, aquesta regulació legal arriba fins als mitjans audiovisuals però en canvi la premsa queda pràcticament fora de cap control per part de l'Estat (Bardoel i d'Haenens, 2004; Fengler et al, 2014).

2.7.2.2 Els instruments d'autoregulació

Més enllà de la llei, els instruments d'autoregulació són aquells que, sense tenir un caràcter coercitiu, guien els professionals i les empreses de comunicació a l'hora de prendre decisions relacionades amb la deontologia. Igual que en el cas de la regulació, el seu ús i les seves limitacions han generat intensos debats acadèmics i professionals, comptant tant amb ferm defensors com detractors. A continuació s'analitzen quines són les principals característiques i limitacions de l'autoregulació i s'exposen algunes de les fórmules més habituals tant a Catalunya com a Espanya.

a) Autoregulació: “disfressa” o eficàcia?

Tal com s'ha exposat prèviament, una de les limitacions de la regulació és que no arriba a cobrir tots els aspectes de la pràctica periodística, de manera que hi ha moltes decisions

de caràcter deontològic que queden estrictament en mans del mateix professional i/o del mitjà on treballa, ja que tenen una naturalesa estrictament ètica i moral (Alsius, 1998; Aznar, 1999). Es tracta, per exemple, de matèries que encara no han estat regulades de forma jurídica perquè corresponen a problemes molt recents, qüestions que suposen un conflicte entre dos drets o supòsits que serien problemàtics d'aplicar (Alsius, 1998). És en aquest terreny on neix l'autoregulació, que consisteix a oferir als periodistes unes directrius morals i unes guies que els permetin exercir un periodisme ètic, però sense l'element coercitiu ni sancionador que comporta una llei (Aznar, 1999). D'aquesta manera, indica Casasús (2011: 12), la deontologia contribueix a “complementar o matisar aquells aspectes que la llei no regula”, mentre que Alsius (1998:53) creu que fins i tot pot ajudar “a descobrir, plantejar i normativitzar nous problemes ètics que potser més endavant seran regulats legalment”. Els elements d'autoregulació poden ser impulsats per les associacions de periodistes, col·legis professionals o empreses. Per a fer-ho, adopten la forma d'instruments de rendiment de comptes que tenen com a principal funció supervisar, controlar, criticar i examinar l'evolució i la qualitat de la informació periodística (Mauri-Ríos i Ramon-Vegas, 2015).

Els defensors de l'autoregulació afirmen que és preferible que els mitjans es regulin per si mateixos abans que ho faci l'Estat o el poder judicial (Bonete Perales, 1999; Real, 2010), per tal d'evitar les possibles retallades de la llibertat d'expressió, informació i opinió que podrien haver-hi si s'aproveïssin unes hipotètiques lleis de regulació de la premsa (Oliva, 2013). En aquest sentit, Conill (1995: 210) recorda que el poder polític tradicionalment “ha desconfiat de la informació lliure”, de manera que sempre que ha tingut l'oportunitat ha imposat mesures i diversos tipus de controls. Així, l'autoregulació sovint s'ha convertit en una defensa comuna de les associacions, col·legis professionals i empreses periodístiques davant la perspectiva de regulacions no desitjades per part del poder polític i que podien suposar una restricció de la llibertat d'expressió (Alsius, 1998: 86).

Segons afirma Aznar (1999), un dels principals defensors de l'autoregulació a Espanya, la seva funció no és en cap cas suplantar les lleis ni el paper del mercat, que continuen essent necessaris, sinó compensar les seves insuficiències i limitacions. En aquest sentit,

defineix l'autoregulació com un exercici de responsabilitat periodística que sorgeix a partir del compromís voluntari de les empreses i periodistes amb la responsabilitat social i el servei públic, i que permet garantir alhora la independència i l'ètica dels mitjans (Aznar, 2005). Alsius (2012), que n'és un altre ferm defensor, destaca que l'autoregulació genera "pedagogia i implicació", tot contribuint a la "maduració democràtica" de la societat i a deixar un "pòsit moral" en moltes matèries de debat social. Un altre argument a favor és que contribueix a enfortir la confiança i les relacions dels lectors amb els mitjans (Bardoel i d'Haenens, 2004). També Bilbeny (2012: 128) se'n mostra partidari, tot al·legant que és "més senzilla, menys costosa i més eficaç" que una regulació legal o empresarial.

L'autoregulació, tanmateix, també té els seus límits. Una de les crítiques més habituals que se li fa és la seva falta de capacitat sancionadora: així com els professionals d'altres disciplines, com per exemple els metges, poden perdre el dret a exercir si se salten el seu codi ètic, això no succeeix amb el periodisme, ja que el seu exercici no requereix cap mena de llicència (Herrscher, 2002; Roberts, 2012). Així doncs, el pitjor que li pot succeir al periodista o mitjà que incompleixi algun codi deontològic és que es vegi perjudicada la seva imatge professional. A nivell català, les resolucions del Consell de la Informació són de caràcter moral i no tenen potestat sancionadora (Rodríguez-Martínez, 2017b).

Els crítics de l'autoregulació també consideren que aquesta pot suposar una restricció de la llibertat d'expressió dels periodistes i mitjans, una forma indirecta d'establir censura i controlar periodistes díscols; i apunten que en tot cas només són regles de comportament vàlides per als professionals i/o empreses que les han redactat i aprovat, de manera que la resta del col·lectiu quedaria eximit del seu compliment (Bonete Perales, 1999). Així, defensen que la regulació legal és suficient per orientar el comportament dels professionals i les empreses periodístiques, i opinen que els codis només són "una disfressa" per limitar l'exercici de la professió (*ibid*). González Reigosa (1999) considera que bona part d'aquesta reticència, en el cas espanyol, és hereva directa de les restriccions del franquisme, ja que tantes dècades de prohibicions i controls han acabat fent que bona part de la professió senti desconfiança davant l'autoregulació i es resisteixin a acceptar límits. Tot i això, Bilbeny (2012) subratlla que es tracta d'una actitud equivocada, ja que

l'autoregulació no és una forma de control de l'empresa i que per tant exclou qualsevol mena de coacció o censura. Per la seva banda, Merrill (1997) es pregunta si l'existència d'aquests elements permet efectivament millorar el comportament moral dels mitjans o si, per contra, s'està desenvolupant un concepte monolític d'ètica, on no hi ha espai per a la dissidència. Finalment, Deuze i Witschge (2017) consideren que el perill d'assumir una sèrie de valors més o menys estàndards dins del periodisme, que generin un consens, pot acabar exclouent aquelles veus més petites i marginades, que se surten de la norma.

El marc econòmic de la professió també és considerat per alguns autors com un element limitador de la deontologia. Bonete Perales (1999:55) apunta que l'existència de l'actual "context mercantilista" que fa que l'operativitat d'elements com els dosi deontològics sigui "pràcticament nul·la", mentre que Fuente-Cobo i García-Avilés (2014) assenyalen que, en opinió de la majoria de periodistes, l'autoregulació resulta insuficient per fer front a tots els problemes que pateix la professió, ja que no pot resoldre tots els problemes i impediments amb què es troben tant ells com les seves empreses. Alsius (2012), malgrat ser un ferm defensor de la deontologia, recorda que l'autoregulació sovint ha estat acusada de corporativista i de respondre només als interessos d'uns quants professionals o fins i tot del govern de torn.

Finalment, un dels darrers problemes que s'ha detectat és que molts d'aquests sistemes d'autoregulació han quedat desfasats i no han sabut adaptar-se a les noves necessitats del periodisme digital (Ruiz et al, 2007; Micó et al, 2008). El caràcter anàrquic d'Internet, on tothom pot publicar el que vulgui i quan vulgui, i l'estat d'alerta generalitzat en contra qualsevol intent de censura fa que, malgrat que s'hagin produït alguns intents, es faci difícil implantar-hi un codi ètic que tots els usuaris estiguin disposats a seguir (Frost, 2000). Segons un estudi de Díaz-Campo i Segado-Boj (2014), només un 8 dels 45 codis deontològics europeus inclouen referències a Internet o a les noves tecnologies de la comunicació. En l'àmbit espanyol, Micó et al (2008:21) també adverteixen que la majoria de codis deontològics i llibres d'estil espanyols pràcticament no fan referència a qüestions digitals, tot afirmant que "el buit al voltant d'aquesta preocupació és pràcticament absolut". Una de les excepcions és, tanmateix, el codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, que l'any 2016 va aprovar una revisió per fer front als nous

reptes ètics de l'entorn digital, com ara la manipulació digital d'imatges, el tractament de la informació a Internet o la necessitat de moderar els comentaris als webs informatius per evitar missatges d'incitació a l'odi o la violència, entre altres (Coll, 2017).

Les limitacions de l'autoregulació no es troben només presents en l'àmbit acadèmic, sinó també en el professional. Segons l'estudi europeu MediaAct, que compta amb la participació de periodistes de diversos països, els professionals consideren que l'impacte dels elements d'autoregulació tradicionals en el seu comportament és relativament limitat, ja que la regulació legal té molt més impacte. A més, també subratlla que els nous sistemes de rendiment de comptes digitals encara es troben en un estadi molt inicial, ja que algunes cultures periodístiques –entre elles l'espanyola- toleren poc la crítica i encara no estan prou disposades a sotmetre's al *feedback* del públic i altres actors externs. L'estudi, d'altra banda, també apunta que la situació laboral influeix en la percepció de l'autoregulació, ja que els periodistes autònoms, els que tenen càrrecs de responsabilitat i els que treballen per a mitjans privats són els que menys importància els donen; mentre que els becaris i els treballadors de mitjans públics solen ser els que tenen una actitud més positiva (Fengler et al, 2014).

Les reserves davant l'autoregulació es donen també entre els professionals espanyols i catalans. En l'àmbit acadèmic, Escobar (2002, citat a Micó et al, 2008) apunta que l'autoregulació acaba carregant la responsabilitat sobre l'esgraó més dèbil de la cadena, que són uns periodistes que treballen en unes condicions cada cop més precàries, en lloc de posar l'accent en les direccions dels mitjans. Per això, igual que Aznar (2005), considera que la responsabilitat deontològica hauria de ser compartida a parts iguals entre els professionals i les empreses. D'altra banda, els professionals entrevistats per Macià Barber i Herrera Damas (2010: 100) també consideren que els codis deontològics i els llibres d'estil són positius, però “no tenen una utilitat real”. El mateix opinen els enquestats per Alsius et al (2010), que valoren amb menys d'un 5 sobre 10 la utilitat dels codis deontològics i demostren un escàs coneixement de la resta d'elements d'autoregulació. A més, l'estudi de Suárez Villegas (2015: 100) sobre periodisme digital apunta que els periodistes tampoc tenen massa confiança en els elements d'autoregulació, ja que un 35,7% els considera “poc” eficaços i un 34,3% pensen que no ho són “gens”.

b) Principals instruments d'autoregulació

A continuació s'exposen i s'avaluen els principals instruments d'autoregulació que existeixen tant a Catalunya com en el conjunt de l'estat espanyol per a garantir la deontologia periodística. Es tracta dels codis deontològics, els consells de premsa, els estatuts de redacció, els defensors del lector i els nous instruments d'autoregulació digitals nascuts en l'era d'Internet.

I. Els codis deontològics

Un codi deontològic es defineix com “un conjunt sistematitzat de principis, normes, criteris i preceptes ètics emanats i acceptats per un col·lectiu professional per aconseguir l'autodisciplina o l'autocontrol dels seus membres en l'exercici de la professió” (Real, 2010: 278). Si, tal com estableix la teoria de la responsabilitat social, es parteix de la base que la informació ha de ser un servei públic, la funció dels codis deontològics consisteix a establir els drets i deures de la professió inspirant-se en diferents principis ètics i criteris morals (Bonete Perales, 1995). Així doncs, els codis recullen un llistat d'obligacions que pretenen superar qualsevol relativisme professional i impliquen aquells que els subscriuen en el seu compliment (Bonete Perales, 1999).

Els codis deontològics van néixer de forma gairebé simultània a Europa i als Estats Units a principis del segle XX, i actualment són l'element d'autoregulació més popular dels països occidentals, però molt especialment a Europa. Per aquest motiu, la recerca acadèmica que s'ha realitzat en aquest àmbit ha estat i continua essent molt extensa. Una de les pioneres en l'anàlisi de codis deontològics europeus, Laitila (1995), destaca la seva doble funció: per una banda, protegir el dret de la ciutadania a una informació veraç, i per l'altra, contribuir a protegir la integritat professional dels periodistes davant les possibles interferències tant externes com internes. I malgrat que els codis deontològics dels diversos països poden contenir diferents directrius ètiques per motius socials i culturals, tots tenen en comú la voluntat de combinar el dret a la llibertat de premsa amb un exercici responsable del periodisme (Alsius, 1998; Real, 2010).

Una altra virtut dels codis deontològics és que confereixen un cert estatus a la professió periodística, ja que n'augmenten el prestigi i la credibilitat (Bilbeny, 2012). “Si no hi ha un codi deontològic es pot parlar d'ofici, d'activitat, d'ocupació, de tasca o fins i tot de vocació, però no d'una professió en ple sentit del terme”, assenyala Bonete Perales (1995: 48). En una línia similar, Alsius (1998: 191-192) subratlla que, malgrat no tenir un caràcter coercitiu ni sancionador, contribueixen a expandir una “pedagogia” deontològica que va calant en els professionals i en el conjunt de la societat. Per a l'autor, aquest fet és especialment necessari en les redaccions actuals, cada cop més minvades i on hi ha un nombre creixent de col·laboradors autònoms que treballen des de casa i no es poden amarar dels coneixements i de la “cultura democràtica” que els periodistes més veterans tradicionalment han traspassat als joves.

Per a altres autors, en canvi, els codis deontològics presenten evidents mancances i limitacions. Una de les principals crítiques és el fet que els codis només tenen en compte el comportament individual del periodista, mentre que en canvi no contemplen la influència que poden tenir en la seva tasca la direcció de les empreses i els possibles agents externs. Soria (1997, citat a Fuente-Cobo, 2008: 49) constata que això provoca una “esquizofrènia ètica” dins de les redaccions, ja que els codis deontològics regeixen el comportament dels periodistes però no obliguen d'igual manera la resta d'actors que prenen decisions dins l'empresa. Per això, defensa que les responsabilitats deontològiques s'haurien d'integrar en un sistema de corresponsabilitat en el qual participi des de la direcció de l'empresa fins a l'últim redactor. Bilbeny (2012: 127) coincideix amb aquest punt de vista i alerta que els codis poden ser utilitzats per les empreses per descarregar les seves responsabilitats sobre els empleats, a banda de tenir el risc de convertir-se en una “restricció innecessària” de la llibertat dels professionals. Però la principal crítica que reben els codis deontològics és la seva falta de capacitat sancionadora, ja que, com s'ha mencionat, no generen obligacions ni preveuen sancions per a aquells que els incompleixen (Alsius, 1998; Jiménez, 2016; Bilbeny, 2012). Davant d'això, alguns autors defensen que la seva força resideix, exclusivament, en l'ús que en fan els periodistes: Bonete Perales (1995) destaca la importància que té la voluntat dels professionals a l'hora d'assumir i interioritzar aquestes directrius morals, mentre que Jiménez (2016) subratlla que els codis sempre s'han de complementar amb la consciència ètica del professional que s'ha d'aplicar en cada cas.

Per tots aquests motius, fins i tot els defensors dels codis deontològics assenyalen les seves mancances i limitacions. Laitila (1995) i Herrscher (2002) adverteixen que, en algunes ocasions, els codis deontològics poden quedar molt bé sobre el paper, però que això no garanteix el seu compliment real. De fet, Roberts (2012:126) creu que són més un “exercici de relacions públiques” o una “inspiració per a estudiants” que no pas una eina vàlida per a la seva aplicació diària. Bilbeny (2012: 127) assenjala que tenen una “escassa efectivitat” i Cooper (1998: 73) que alerta que són especialment difícils d’implantar en l’àmbit digital. Per la seva banda, Frost (2000:96) els considera massa “genèrics”, per a Kieran (1997: 12) són “massa simplistes i impossibles d’aplicar” i Belsey (1998: 8) considera que són “insuficients” des d’un punt de vista ètic.

Una qüestió que ha estat objecte de debat és la possibilitat de crear un codi ètic de caràcter universal que protegeixi uns principis bàsics que puguin ser aplicables en qualsevol context, tal com es va proposar en una trobada de l’Associació Mundial de Consells de Premsa l’any 1998 o com defensen alguns autors com Herrscher (2002). Aquesta proposta, però, topa amb l’oposició dels que, com Parés (2011:93), creuen que cal fugir d’aquesta universalitat perquè les necessitats poden variar “en funció de la cultura, la ideologia o el context geogràfic”, o Merrill (1997), que recorda que l’ètica no és ni pot ser una ciència exacta. De moment, doncs, la idea d’un codi universal no ha quallat, tot i que sí que n’existeixen d’internacionals que serveixen com a guia per a periodistes de nombrosos països com ara els Principis internacionals de la Unesco sobre ètica del periodisme o el codi de la Society of Professional Journalists (Singer, 2003; Casasús, 2011).

Dins l’àmbit espanyol, Catalunya va ser la primera comunitat a disposar d’un codi deontològic propi. El Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes va ser aprovat l’any 1992, en el marc del Segon Congrés de Periodistes organitzat per la mateixa institució (Alsius, 2010; Rodríguez-Martínez et al, 2017b). Segons recorda Alsius (1998:85), que va ser un dels seus impulsors, la idea inicial havia sorgit l’any 1989, però no es va materialitzar fins a principis dels anys 90, quan van començar a aparèixer les primeres televisions privades i els anomenats “programes-escombraries”, que va incrementar la sensibilitat social respecte als continguts dels mitjans i va fer que la idea del “no tot s’hi

val” prengué cada cop més força entre la ciutadania i entre els mateixos professionals, que van considerar que un codi deontològic era la millor resposta que podien donar.

El Codi Deontològic original de 1992 comptava amb dotze recomanacions centrals que posteriorment es van anar actualitzant i ampliant amb annexos. Actualment, la “Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya”, que el Col·legi de Periodistes va actualitzar per darrer cop l’any 2016, en el marc del seu sisè congrés, segueix comptant amb dotze recomanacions principals que fan referència a la necessitat d’informar de manera acurada i precisa, evitar perjudicis per informacions sense fonament, rectificar les informacions incorrectes, utilitzar mètodes lícits i dignes per obtenir informació, citar les fonts i preservar el secret professional, conciliar els drets individuals amb el dret del públic a saber, evitar els conflictes d’interessos, no utilitzar en profit propi informacions privilegiades, respectar el dret a la privacitat, salvaguardar la presumpció d’innocència, protegir els drets dels menors i respectar la dignitat de les persones, així com la seva integritat física i moral (Col·legi de Periodistes, 2016). A més, també inclou diferents annexos dedicats a qüestions específiques, com ara les manipulacions d’imatges, el tractament de les informacions a Internet i les xarxes socials, el plagi, el tractament de conflictes bèl·lics o armats i la cita de nacionalitats i ètnies, entre altres. Des de la seva primera publicació, l’any 1992, el codi del Col·legi català va gaudir d’una àmplia recepció i des de llavors sovint s’ha citat –dins i fora de la professió– com un instrument de referència a l’hora d’avaluar l’ètica professional (Alsius, 2010).

A la resta d’Espanya, la preocupació per l’autoregulació també va arribar a principis de la dècada dels 90, amb el naixement de les primeres cadenes privades de televisió. Al llarg d’aquella dècada, diferents empreses i institucions van anar creant diferents codis deontològics, essent els primers el de la FAPE, el novembre de 1993, el Conveni sobre l’Autoregulació de les Cadenes de Televisió, també el 1993 i el del Grupo Correo, el maig de 1994 (Bonete Perales, 1999).

Però malgrat la preocupació dels col·lectius professionals per elaborar codis, alguns dels estudis realitzats a periodistes en actiu en el marc espanyol mostren que aquesta figura no

és considerada de gran utilitat. Segons l'estudi de Real (2010: 282), bona part dels periodistes de Catalunya, Madrid, Andalusia i País Basc opina que els codis deontològics tenen "poca o cap utilitat", i que en una escala de l'1 al 10, se situen per sota 5. Tampoc gaudeixen, a més, d'una popularitat especialment elevada, ja que molts participants desconeixen quins codis existeixen i molt menys tenen cap idea sobre el seu contingut. Per a Real (2010: 283), això denota "una falta d'educació moral i deontològica preocupant", per una banda, i una "certa indiferència i deixadesa", per l'altra, que concorda amb el tradicional individualisme de la professió. Molts dels professionals enquestats per Real, però, opinen que la falta d'efectivitat dels codis es deu al fet que no imposen sancions als que els infringeixen, de manera que un 60% (i especialment els més joves) advoquen per dotar-los de mesures coercitives per tal de garantir el seu compliment.

II. Els consells de premsa

Els consells de premsa tenen la funció d'analitzar i valorar les queixes de la ciutadania davant de pràctiques suposadament poc ètiques dels mitjans de comunicació, i en alguns casos, garantir el compliment dels codis deontològics (Aznar, 2005; Jiménez, 2016). Els seus orígens es remunten a la Suècia de 1916, tot i que no es van implantar de forma sòlida a Europa fins a mitjans del segle XX. Des de llavors, han anat adoptant formes i composicions diferents en funció de cada país: per exemple, en alguns casos en formen part només editors de premsa, mentre que en d'altres hi ha també periodistes i membres representatius de la societat (Alsius, 1998).

Catalunya va ser la primera comunitat autònoma d'Espanya en tenir un consell de premsa propi: el Consell de la Informació de Catalunya (CIC), creat l'any 1997 pel Col·legi de Periodistes en el seu Tercer Congrés i que, igual que el codi deontològic, compta amb una àmplia acceptació no només entre els professionals sinó també entre el conjunt de la societat catalana (Alsius, 2010). En la seva declaració de principis, el CIC defensa que l'existència d'uns mitjans de comunicació "justos, precisos, equilibrats i responsables" són vitals per a la democràcia, i que una premsa lliure és el que contribueix a mantenir forta una societat (Jiménez, 2016: 28). Com tots els consells, la seva funció principal

consisteix a estudiar les queixes de la ciutadania respecte als suposats incompliments del codi deontològic per tal d'emetre una resolució (Oliva, 2013). Tot i això, també assumeix com a objectius la defensa de la llibertat d'expressió i d'informació, la defensa dels principis deontològics del periodisme, la denúncia pública d'aquells casos en què es vegin afectats i la difusió entre la societat dels principis i valors de l'ètica periodística, per tal que la ciutadania els pugui conèixer i exigir-ne el compliment (Jiménez, 2016). Per poder complir amb tots aquests objectius, el CIC compta amb tres "potes": la professional, l'empresarial (amb una resposta desigual) i la societat civil, a través d'associacions escollides de forma qualitativa per les aportacions que poden fer (Alsius, 1998: 193). En el conjunt d'Espanya, la Comissió d'Arbitratge, Queixes i Deontologia de la FAPE juga un paper similar al del CIC (Jiménez, 2016).

Tot i això, entre les crítiques que es formulen als consells de premsa hi ha, precisament, els dubtes sobre la seva representativitat. Segons Alsius i Salgado (2010), es fa molt difícil trobar la via que permeti als consells exercir una autèntica representació popular, ja que, si els seus membres es decideixen per via institucional, sempre hi haurà una intervenció política, mentre que obtenir una representació directa de la ciutadania és gairebé impossible. En la majoria de casos, els seus membres són representants de les empreses periodístiques i entitats professionals, però en canvi solen quedar "coixos" de la part social, ja que es fa difícil aconseguir la implicació de les entitats ciutadanes (Alsius, 1998). A més, igual que els altres mecanismes d'autoregulació, la gran majoria tampoc tenen poder sancionador (Jiménez, 2016), de manera que només poden orientar, dictaminar i deixar públicament en evidència les males praxis, però no tenen la capacitat d'infligir un càstig real als mitjans que se saltin les directrius ètiques.

III. Els estatuts de redacció

Com s'ha mencionat anteriorment, els periodistes, com a treballadors d'una empresa, es poden veure condicionats per les directrius que reben dels seus superiors. Per això, els estatuts de redacció són els mecanismes utilitzats dins les empreses informatives per definir quina ha de ser la participació dels periodistes en aquelles decisions que poden afectar el contingut dels mitjans i, per tant, a la seva qualitat (Fuente-Cobo, 2008). El seu

principal objectiu és protegir els drets i la independència dels periodistes a través d'acords interns amb l'empresa informativa que totes les parts implicades –periodistes, direcció i propietat- es comprometen a respectar (Fuente-Cobo, 2008, 2016). Aznar (2005: 175) els defineix com “un acord voluntari entre els professionals d'un mitjà i la seva empresa amb almenys dues funcions essencials: crear vies de comunicació i participació entre les redaccions i les direccions del mitjà i de l'empresa, i reconèixer una sèrie de drets i obligacions dels professionals i de l'empresa que ambdues parts es comprometen a salvaguardar i respectar”. Per això, a banda de la protecció de drets professionals, la majoria d'estatuts inclouen també conjunts de normes deontològiques bàsiques.

El primer estatut de redacció que es va crear a Espanya va ser el del diari El País, l'any 1980, que tenia l'objectiu de defensar la independència dels professionals davant la junta d'accionistes. A partir de llavors, hi ha hagut diverses empreses que s'han dotat d'aquest instrument. Les primeres a establir mecanismes d'aquesta tipologia van ser les empreses privades (El Mundo, La Voz de Galicia, El Periódico de Catalunya...), mentre que posteriorment s'hi ha anat afegint també els mitjans públics, com la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), la Radiotelevisió Andalus (RTVA), l'Agència EFE, la Corporació de Ràdio Televisió Espanyola (CRTVE) i la radiotelevisió del País Basc, EITB (Fuente-Cobo, 2016).

Per part dels treballadors, els encarregats de fer complir els estatuts són els comitès de redacció. La principal tasca d'aquests comitès consisteix tant a vetllar pel compliment dels estatuts com en canalitzar la participació dels professionals per garantir el control intern sobre l'activitat informativa i donar-los empara en l'exercici de la seva activitat (Fuente-Cobo, 2008: 50). També poden fer de mediadors davant direcció davant dels conflictes de caràcter professional que es puguin generar, proposar les mesures que considerin adequades amb relació als continguts o cobertures, vetllar pel compliment dels principis deontològics i minimitzar o denunciar les possibles manipulacions o males pràctiques (Fuente-Cobo, 2016).

Per a Bilbeny (2012), el respecte a la veu i el vot dels periodistes dins d'un mitjà és una condició bàsica perquè aquests puguin exercir la seva feina amb responsabilitat. Fins ara, però, l'eficàcia dels estatuts de redacció a l'hora de defensar els drets dels periodistes ha estat més aviat limitada, ja que alguns d'ells han acabat essent pràcticament inoperants, especialment en l'àmbit privat. La precarietat, les dificultats econòmiques i l'afebliment de les redaccions han fet que actualment siguin pocs els mitjans privats espanyols que compten amb un estatut de redacció i un comitè que vetlli per al seu compliment. Fuente-Cobo (2016) apunta a dos motius: per una banda, la majoria d'empresaris i editors són reticents a acceptar les limitacions en la seva capacitat de comandament en benefici de la independència dels periodistes, i per l'altra, la majoria de periodistes han estat més preocupats en els darrers anys per la crisi econòmica i la situació de precarietat que per la defensa dels principis deontològics. Com a resultat, bona part de periodistes espanyols desconeixen l'existència dels estatuts o comitès de redacció i molts desconfien de la voluntat de les empreses d'acceptar-los i respectar-los (Fuente-Cobo, 2008).

Al contrari del que succeeix en l'àmbit privat, els comitès de redacció de les televisions públiques, especialment els de TVE i TV3, han tingut una creixent visibilitat en els darrers anys i s'han convertit en una veu cada cop més qualificada en la defensa de la independència i la professionalitat dels periodistes que hi treballen, convertint-se en un punt de referència davant del complicat moment que travessa el periodisme. Tot i això, els integrants d'aquests comitès segueixen demanant un major compromís per part de les empreses i una major atenció a les seves demandes (Fuente-Cobo, 2016).

IV. Els defensors del lector

El defensor del lector -o de l'oient, o de l'espectador- és la figura que fa de mediador entre un determinat mitjà i el seu públic. La seva tasca consisteix a rebre les queixes, consultes i peticions del públic amb relació als continguts publicats, investigar-les, interpel·lar els periodistes implicats i donar a conèixer les seves conclusions en un espai facilitat pel mateix mitjà. La figura del defensor sol ser un periodista amb experiència, normalment de la mateixa redacció, tot i que alguns mitjans opten per recórrer a figures externes (Jiménez, 2016).

Bilbeny (2012) defensa que aquesta figura ajuda a donar a la premsa la credibilitat que es mereix. Jiménez (2016) hi està d'acord i considera que, amb la figura del defensor del lector, el mitjà demostra que està disposat a escoltar les crítiques i intentar corregir els errors, malgrat que a vegades els professionals afectats puguin mostrar-se sensibles als comentaris dels defensors. Tot i això, la principal crítica que es fa a aquesta figura és que sovint està més orientada a salvaguardar els interessos del mateix mitjà que a prendre realment nota de les crítiques dels usuaris i impulsar modificacions substancials en el comportament dels professionals (Bonete Perales, 1999).

V. Nous sistemes de rendiment de comptes online

Amb l'arribada d'Internet i l'eclosió dels mitjans digitals, en els darrers anys han nascut nous sistemes de rendiment de comptes online que, aprofitant les potencialitats del mitjà, aprofundeixen en la transparència i la interacció amb l'usuari (Almiron, 2006; Singer, 2007). Entre aquestes noves fórmules digitals es troben els blocs de redacció, els blocs de periodistes, els xats i trobades digitals amb els lectors, la contribució dels usuaris a la creació de continguts, els botons de notificació d'errors, la gestió de queixes a través de les xarxes socials, els observatoris i publicacions online de crítica als mitjans, els webs d'institucions i associacions professionals i blocs de ciutadans i acadèmics que analitzen els mitjans (Mauri-Ríos i Ramon-Vegas, 2015).

Com a conclusió es pot establir que tant la regulació legal com els elements d'autoregulació ofereixen un ampli ventall d'opcions per protegir l'ètica periodística a Catalunya, malgrat que molts professionals encara els consideren insuficients. Per això, segons Alsius et al (2010), encara hi ha marge per seguir-los enfortint i per aconseguir una major implicació en el seu compliment per part dels periodistes, les empreses i el conjunt de la ciutadania.

SUMARI CAPÍTOL 3: METODOLOGIA

3.1 Elecció i justificació de les metodologies.....	157
3.1.1 Justificació d'ús de l'enquesta.....	158
3.1.2 Justificació d'ús de les entrevistes en profunditat.....	159
3.1.3 Directrius ètiques.....	161
3.2 Metodologia quantitativa: l'enquesta.....	161
3.2.1 Definició de l'univers i selecció de la mostra.....	162
3.2.1.1 Un univers difícil de determinar.....	162
3.2.1.2 Criteris de selecció dels participants.....	163
3.2.2 Definició de variables.....	166
3.2.2.1 Indicadors de la precarietat laboral.....	167
3.2.2.2 Indicadors de la deontologia	171
3.2.3 Contingut del qüestionari.....	172
3.2.3.1 Primer bloc: situació personal i professional.....	174
3.2.3.2 Segon bloc: valoració de les condicions laborals.....	174
3.2.3.3 Tercer bloc: avaluació dels comportaments ètics.....	175
3.2.4 Distribució de l'enquesta.....	176
3.3 Metodologia qualitativa: les entrevistes en profunditat.....	179
3.3.1 Les entrevistes a professionals.....	180
3.3.1.1 Selecció dels participants.....	180
3.3.1.2 Disseny dels qüestionaris.....	183
3.3.1.3 Realització de les entrevistes.....	184
3.3.2 Les entrevistes a experts.....	185
3.3.2.1 Selecció dels participants.....	185
3.3.2.2 Disseny i realització de les entrevistes.....	188

3. METODOLOGIA

Per a aquesta investigació s'ha optat per un mètode mixt que combina una metodologia quantitativa (enquesta) i qualitativa (entrevistes en profunditat a professionals i a experts en periodisme). Aquest capítol conté una justificació dels motius que han conduït a l'elecció d'aquestes dues metodologies, tenint en compte les seves virtuts però avaluant també les seves mancances i limitacions, i posteriorment presenta amb detall el desenvolupament i l'aplicació de cadascuna d'elles.

3.1 Elecció i justificació de les metodologies

Tal com apunten Greene et al (2005: 275), els mètodes mixtes permeten entendre un fenomen de forma global i incisiva i desenvolupar un retrat més complet del món social que es vol analitzar. En aquest cas, la recerca plantejada requereix l'ús d'una metodologia quantitativa que permeti traçar un perfil sociodemogràfic dels periodistes que treballen a Catalunya, definir les seves condicions laborals, avaluar el seu grau de precarietat i comprovar quins són els principis ètics que es vulneren de forma més sistemàtica; en combinació amb una metodologia qualitativa que serveixi per poder interpretar millor les dades quantitatives i recollir les opinions dels participants sobre la situació laboral del sector i els factors que els condicionen a l'hora de prendre decisions de naturalesa deontològica. Les entrevistes als experts serveixen per completar aquesta radiografia des d'un punt de vista més acadèmic i institucional.

A l'hora d'escollir les metodologies s'han tingut en compte els estudis que s'han realitzat en els darrers anys a Catalunya, Espanya i en l'àmbit europeu sobre sociologia i deontologia del periodisme, que majoritàriament han utilitzat enquestes i entrevistes en profunditat. S'ha seguit, per tant, la línia metodològica de treballs com els de Soler et al (2006), Suárez Villegas et al (2009), Macià Barber i Herrera Damas (2009, 2010), Alsius et al (2010), Fengler et al (2014, 2015) i Palacio (2015, 2018, 2019). En la majoria de casos, les dues metodologies s'han aplicat de forma seqüencial –primer l'enquesta i posteriorment les entrevistes a professionals i experts-, ja que l'obtenció de dades ha estat un primer pas necessari per al disseny dels continguts de les entrevistes en profunditat.

Hi ha hagut, però, l'excepció de quatre de les entrevistes a experts, que s'han realitzat abans de distribuir l'enquesta perquè les seves contribucions han ajudat a perfilar els qüestionaris. Un cop recopilades les dades, en el cas de l'enquesta s'ha realitzat una anàlisi estadística i en el cas de les entrevistes s'ha dut a terme una anàlisi de contingut per extreure'n els resultats.

3.1.1 Justificació d'ús de l'enquesta

Els mètodes quantitius permeten obtenir conclusions basades en comptar o mesurar les característiques del món que ens envolta, de manera que són vàlids per a respondre qüestions de recerca a través de números i estadístiques (Scott i Garner, 2013). Dins dels mètodes quantitius, les enquestes es consideren el sistema més eficaç per conèixer una població tal com és i analitzar les seves condicions i formes de vida, comportaments, valors i opinions (Quivy, 1992: 181). Per aquest motiu, en la present recerca s'ha considerat que l'enquesta és la metodologia més adequada per a descriure les condicions de treball dels periodistes i mesurar tant la seva satisfacció amb les mateixes com la freqüència amb què vulneren els principis ètics fonamentals. A partir d'aquí, el creuament de dades de diferents variables permet observar si hi ha diferències substancials en les seves respostes en funció de les seves condicions de treball.

Tot i això, els mètodes quantitius com l'enquesta presenten algunes mancances. Per començar, no tots els fets que interessin als investigadors es poden mesurar de forma quantitativa (Quivy, 1992). En el cas que ens ocupa, l'enquesta no permet acostar-se a les experiències i opinions més íntimes dels participants, fet que justifica la necessitat d'utilitzar també una metodologia qualitativa. En segon lloc, la representativitat de l'enquesta mai és absoluta, ja que sempre està limitada per un marge d'error determinat per la precisió en l'elecció de la mostra (*ibid*). En aquesta investigació, tal com es veurà en el següent apartat, la selecció de la mostra ha estat, precisament, un dels principals reptes, ja que a Catalunya no existeix cap registre ni cens de periodistes, de manera que no es pot determinar una xifra fiable amb relació a l'univers de professionals.

També cal assumir que quan els participants d'una enquesta parlen dels seus comportaments sovint en donen una visió esbiaixada, de manera que pot haver-hi una distància força gran entre el que els enquestats realment fan i el que diuen fer (Scott i Garner, 2013). Aquesta circumstància guanya rellevància en el cas que ens ocupa, ja que l'ètica periodística és un tema especialment delicat i molt susceptible davant de l'opinió pública, per la qual cosa els participants poden ser reticents a admetre comportaments poc ètics. En aquest sentit, es confia que l'anonimat de les respostes animi als participants a respondre amb la màxima sinceritat possible.

D'altra banda, malgrat que els mètodes quantitius permeten analitzar un gran nombre de casos, només poden preguntar sobre un nombre reduït de variables (Scott i Garner, 2013). A més, la superficialitat de les respostes –que sovint es precodifiquen perquè els enquestats escullin entre el ventall limitat que proposa l'investigador- fa que els resultats es presentin com a simples descripcions i que no es puguin analitzar certs processos, com ara les concepcions ideològiques més profundes (Quivy, 1992). Per tal de superar aquestes limitacions, la naturalesa d'aquesta investigació ha fet també necessari l'ús d'una metodologia qualitativa que permeti descobrir les experiències, motivacions i reflexions dels professionals situades darrere de les dades relacionades amb la precarietat i l'ètica.

3.1.2 Justificació de les entrevistes en profunditat

Els mètodes qualitius permeten entendre les accions, decisions, creences i valors de la gent en el marc del seu entorn social (Snape i Spencer, 2003:3). El seu objectiu és arribar a entendre les experiències dels subjectes investigats en lloc de registrar només les seves opinions i/o comportaments (Scott i Garner, 2013), que és una de les principals limitacions de les enquestes. En el marc d'aquesta investigació, s'ha considerat necessari l'ús d'una metodologia qualitativa per a accedir a les experiències i motivacions personals dels participants i poder oferir una interpretació amb més profunditat de les dades quantitatives, així com per conèixer les opinions d'experts amb relació als resultats obtinguts. En aquest cas, la metodologia qualitativa escollida ha estat l'entrevista, ja que permet conèixer el sentit que els participants donen a les seves pràctiques, el seu sistema

de valors i la interpretació de situacions conflictives (Quivy, 1992). Tal com indica Kumar (2005), es converteix en la metodologia indicada per abordar qüestions sensibles, situacions complexes i recollir informació en profunditat. Per dur a terme aquesta investigació, s'han realitzat setze entrevistes en profunditat: deu a professionals del periodisme i sis a experts en ètica i sociologia del periodisme, tant acadèmics com procedents de l'àmbit professional.

L'elecció de l'entrevista ha fet descartar altres metodologies qualitatives que s'havien contemplat en estadis previs de la recerca, com ara el focus grup, considerat efectiu per poder veure en primera persona la formació d'opinions que no es poden aconseguir per la via individual (Barbour i Schostak, 2005). Aquest mètode s'ha desestimat perquè en una recerca anterior es van poder comprovar les reticències que tenen els periodistes a l'hora de parlar de les seves condicions laborals i dels seus comportaments ètics davant d'altres col·legues, per por que les seves opinions els puguin perjudicar professionalment en el futur (Fanals, 2012). També s'ha descartat la possibilitat de realitzar una observació directa dels comportaments professionals dins d'una redacció perquè aquest mètode és útil a l'hora d'observar comportaments col·lectius, però no permet accedir als pensaments més íntims dels seus integrants.

Malgrat que l'entrevista s'ha considerat com la metodologia que millor permet aproximar-se als objectius de la recerca, també s'han de tenir en compte que comporta algunes limitacions, com el fet que requereix temps i recursos; que la qualitat de les dades obtingudes depèn tant de l'habilitat de l'entrevistador com de la predisposició i actitud del participant i que els resultats poden experimentar un biaix si l'entrevistador introdueix excessivament el seu punt de vista (Kumar, 2005). Per tal d'intentar superar-les, s'ha procurat que les setze entrevistes responguin a perfils experts i professionals molt diferents entre ells, de manera que resultin complementàries i permetin cobrir pràcticament totes les variables i les àrees temàtiques relacionades tant amb la precarietat laboral com amb l'ètica periodística.

3.1.3 Directrius ètiques

Tots els participants que han format part d'aquest estudi ho han fet d'una manera voluntària i no retribuïda. En el cas dels periodistes que han accedit a participar en l'enquesta i/o les entrevistes en profunditat, ho han fet de forma anònima, de manera que les seves dades s'han tractat de forma confidencial per tal d'evitar que l'expressió de les seves opinions i/o idees pugui causar-los algun perjudici en l'àmbit personal o professional. Els únics que apareixen identificats amb el seu nom i càrrec són els experts, ja que la seva participació s'ha requerit precisament pel reconeixement de les seves investigacions en el camp de l'ètica i la sociologia del periodisme i expressen un punt de vista purament acadèmic o professional.

En el cas de l'enquesta, no s'ha demanat als participants cap mena d'identificació per poder-hi participar, de manera que la seva identitat ja ha quedat protegida des de l'inici del procés. En canvi, per a les entrevistes en profunditat, que porten implícita la identificació dels participants per part de la investigadora, s'han seguit les directrius ètiques de la Universitat Pompeu Fabra amb relació al consentiment informat. Per això, s'ha entregat a tots els participants un full d'informació amb els detalls de la investigació i un document de consentiment perquè el signessin abans de començar les entrevistes. Aquests documents serveixen per garantir que les seves dades seran tractades amb confidencialitat i que es faran servir només per a usos estrictament relacionats amb la investigació. A més, seguint les recomanacions de Lewin (2005), també s'ha garantit als participants que la informació que els pugui identificar serà destruïda si així ho desitgen o que no es tindrà en compte en el procés d'anàlisi de dades si així ho indiquen.

3.2 Metodologia quantitativa: l'enquesta

La base d'aquesta investigació ha estat una enquesta distribuïda entre els professionals que treballen en el sector del periodisme a Catalunya. En aquest apartat s'exposa el procés per definir l'univers i la selecció de la mostra, es descriuen les variables escollides per analitzar els conceptes de precarietat laboral i ètica periodística, s'exposa quin és el

contingut del qüestionari i es dona a conèixer el seu procés de distribució. El nombre final de respostes obtingut ha estat de 408.

3.2.1 Definició de l'univers i selecció de la mostra

3.2.1.1 Un univers difícil de determinar

Una de les principals dificultats a l'hora de dissenyar l'enquesta ha estat determinar quin és l'univers i, per tant, quina ha de ser la mostra. A diferència de països com Itàlia, on és obligatori estar registrat com a periodista per poder exercir la professió, o Alemanya i Àustria, on existeixen bases de dades dels professionals que es dediquen al periodisme (Fengler, 2014), a Catalunya no existeix un cens de periodistes, ja que la col·legiació no és obligatòria per poder treballar en el sector. El 2006, el *Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya* (Soler et al, 2006), ja advertia de les dificultats de definir l'univers de periodistes que exerceixen a Catalunya, fet que complicava la possibilitat de seleccionar mostres representatives del col·lectiu. Per això, plantejava la necessitat d'elaborar un cens, el més exhaustiu possible, dels i les periodistes en actiu a Catalunya, que hauria de servir com a base per a futurs mostrejos. A hores d'ara, però, aquest registre continua sense existir. A més, tampoc és un requeriment imprescindible haver estudiat la carrera de Periodisme i ni tan sols és necessari tenir estudis superiors per poder exercir la professió, malgrat que en els últims anys ha augmentat exponencialment el percentatge de professionals amb títol universitari (Soler et al, 2006; Alsius, 2010). Per tant, és impossible determinar amb precisió el nombre de persones que exerceixen el periodisme a Catalunya.

L'única referència existent, en aquest sentit, és la contribució del Grup de Recerca en Periodisme (GRP) de la UPF al projecte europeu MediaAct, que estimava en 25.000 el nombre de periodistes a Espanya, tot i que no tenia en compte els treballadors de gabinets de comunicació (Fengler et al, 2015). Una altra dada indicativa és el fet que, de les universitats espanyoles, tant públiques com privades, van sortir-ne durant el curs 2017-2018 gairebé 3.500 graduats en Periodisme (Palacio, 2018), tot i que no hi ha dades que especifiquin quins corresponen específicament a universitats catalanes. De tota manera, el fet que no es requereixi la titulació en Periodisme per poder exercir a professió

converteix aquesta dada en secundària. Tenint en compte aquesta limitació, per a aquesta investigació s'ha agafat com a referència el nombre de professionals que formen part del Col·legi de Periodistes, que a finals de 2018 ascendien a 4.027 (Col·legi de Periodistes, 2018) La xifra inclou tant treballadors de mitjans com de gabinets de premsa, i malgrat les seves evidents mancances - ja que exclou tots els periodistes que exerceixen sense estar col·legiats-, es pot considerar indicativa perquè el Col·legi és l'òrgan de representació periodística amb més membres de Catalunya i inclou professionals en actiu, jubilats i a l'atur, de totes les edats i amb diferents tipus de titulacions.

Pel que fa a la mostra, s'han avaluat les mostres utilitzades prèviament en estudis similars. En el cas de Catalunya, l'estudi més ambiciós és *The Ethical Values of Journalists* (Alsius et al, 2010), que va aconseguir 1.198 respostes de periodistes a Catalunya. Es tracta d'una xifra extraordinàriament alta si es té en compte que el darrer Informe Anual de la Profesión Periodística de l'APM (Palacio et al, 2019) va comptar amb la participació de 1.216 periodistes del conjunt d'Espanya. Anteriorment, el *Llibre Blanc de la professió periodística a Catalunya* (Soler et al, 2006) s'havia fet amb una base de 420 enquestes, mentre que el projecte MediaAct va considerar que, per al conjunt d'Espanya, era suficient una mostra de 123 participants (Fengler et al, 2015). En el cas de la present investigació, s'ha establert la necessitat d'aconseguir un mínim de 400 respostes, una xifra similar a la del *Llibre Blanc* i que suposa un 10% dels prop de 4.000 periodistes col·legiats que hi ha a Catalunya.

3.2.1.2 Criteris de selecció dels participants

La inexistència d'uns requisits específics per poder exercir el periodisme, sumat al fet que, com s'ha vist en l'estat de la qüestió, Internet permet a qualsevol ciutadà generar i distribuir informació arreu del món al llarg de les 24 hores del dia, ha fet necessari establir uns criteris per determinar quins professionals poden participar en aquesta investigació. Per a fer-ho, s'han observat els criteris utilitzats prèviament per altres institucions i investigacions de naturalesa similar.

El primer criteri que s'ha tingut en compte ha estat el d'accés al Col·legi de Periodistes de Catalunya. Segons la llei 22/1985 de creació del Col·legi professional de Periodistes de Catalunya (BOE núm. 289), els requisits per poder-ne formar part són tenir la titulació de Periodisme o altres carreres relacionades amb la comunicació o bé ser graduat en qualsevol altra titulació i demostrar dos anys d'experiència en un mitjà de comunicació. Tot i això, al llarg de la història del Col·legi també s'han obert dos períodes extraordinaris de col·legiació que han permès que n'entressin a formar part professionals sense titulació universitària que acreditessin haver treballat com a periodistes durant un període de com a mínim cinc anys (Col·legi de Periodistes, 2016).

També s'han observat els criteris utilitzats en altres recerques de naturalesa similar. Un dels més recents és el ja mencionat projecte europeu MediaAct (2010-2013), que inclou en la seva definició de periodista aquells professionals que treballen per a mitjans (excloent els que treballen per a altres tipus d'empreses relacionades amb el món de la comunicació, com ara gabinets de premsa o productores), que realitzin una tasca periodística (no tècnica o administrativa) i que estiguin ocupats a temps complet o gairebé (per exemple, que més del 50% dels seus ingressos procedeixin del periodisme) (Fengler et al, 2014).

Després d'haver observat els criteris utilitzats prèviament, s'ha establert que per a la present investigació els participants han de complir els següents requisits:

- a) Ser graduat/licenciat en Periodisme o altres titulacions relacionades amb la comunicació
- b) En cas de no tenir una titulació relacionada amb el Periodisme o la comunicació, obtenir més del 50% dels ingressos procedents de l'activitat periodística treballant en un o diversos mitjans o gabinets de comunicació
- c) Treballar en l'àmbit territorial de Catalunya

El primer criteri permet que puguin participar en l'enquesta totes aquelles persones que hagin rebut formació en periodisme, exerceixin o no la professió. Però partint de la base que, tal com s'ha assenyalat, aquesta titulació no és imprescindible per poder dedicar-se al periodisme, s'ha establert un segon criteri, complementari, que permet incloure les persones que treballen com a periodistes malgrat no tenir la titulació. Finalment, el tercer criteri fa referència a l'àmbit territorial en què se circumscriu aquesta investigació. Es tracta de tres criteris conscientment genèrics i poc restrictius, que tenen com a objectiu aconseguir una mostra el màxim de representativa possible d'una professió heterogènia i on treballen actors molt diversos. És per això que s'ha descartat aplicar condicions més restrictives, com per exemple el fet d'estar col·legiat –ja que, com que no és un requisit obligatori, hi ha molts periodistes que treballen sense estar-ho-, tenir un mínim d'experiència –ja que també interessa l'opinió dels professionals joves que s'acaben de graduar i intenten incorporar-se al mercat de treball- o el fet d'estar contractat per un mitjà de comunicació, ja que els autònoms són un col·lectiu cada vegada més important.

Tanmateix, la decisió més important que s'ha pres amb relació als criteris de selecció ha estat la de no circumscriure només la participació als treballadors de mitjans, sinó incloure també els periodistes que treballen en l'àmbit de la comunicació corporativa. Estudis com Media Act els han exclòs perquè consideren –i no els falta raó- que les relacions públiques, la publicitat i l'entreteniment no són el mateix que el periodisme, i que per tant responen a uns objectius i principis deontològics diferenciats. Tot i això, en aquesta tesi s'ha decidit incloure'ls perquè a Catalunya, igual que a Espanya, els gabinets de comunicació suposen un nínxol cada cop més important d'ocupació per a periodistes (Palacio, 2015, 2018) i el Col·legi de Periodistes els considera una branca més de la professió, permetent la col·legiació d'aquests professionals amb les mateixes condicions que la resta de membres. Així doncs, malgrat que els dilemes ètics que afronten els treballadors dels gabinets de comunicació no són necessàriament els mateixos amb què es troben els periodistes de mitjans, la seva inclusió ha permès veure quin pes tenen en l'ocupabilitat dels periodistes i comparar les seves condicions i satisfacció laboral amb les dels periodistes de mitjans.

Tenint en compte que, com més gran sigui la mida de la mostra, més petit és el marge d'error a l'hora d'estimar les característiques d'una població (Lewin, 2005: 218), l'objectiu per a aquesta investigació consistia en obtenir al voltant de 400 respostes; una xifra superior a la d'estudis recents com Media Act (Fengler et al, 2014) i que alhora suposa un 10% dels prop de 4.000 membres amb els quals compta el Col·legi de Periodistes. Aquest objectiu ha estat assolit amb èxit, ja que un total de 408 persones han respost l'enquesta. D'aquesta manera, es compleixen també les directrius de Quivy (1992), que indica que una mostra ha de tenir diversos centenars de persones per impedir que les respostes individuals s'interpretin aïlladament fora del context previst pels investigadors.

Finalment, de la mateixa manera que no hi ha un cens universal de periodistes, tampoc existeixen registres que permetin classificar els professionals per categories, com per exemple el tipus de mitjà pel qual treballen (ràdio, televisió, premsa escrita, etc), les seves categories professionals o la seva relació contractual amb les empreses. Això ha impedit que la mostra fos el que Patton (citat a Ritchie, Lewis i Elam, 2003:79) defineix com a "mostra estratificada", és a dir, que els participants fossin seleccionats a través de grups que compartissin característiques similars. Tot i això, no es considera un problema, ja que un dels objectius específics d'aquesta investigació és fer una radiografia que permeti dibuixar, precisament, quines són les característiques actuals de la professió.

3.2.2 Definició de variables

En aquesta investigació, l'enquesta té com a principal objectiu mesurar dos conceptes – el de precarietat laboral i el d'ètica periodística- i comprovar les possibles relacions que s'estableixen entre ells. Per analitzar el concepte de precarietat laboral, s'han definit tres grups d'indicadors o variables: les que fan referència a les característiques sociodemogràfiques (edat, gènere, nivell d'estudis i anys d'experiència professional); les que estan relacionades amb el lloc de treball (tipus de mitjà, àmbit territorial i titularitat de l'empresa) i les que fan referència a les condicions laborals (situació laboral, tipus de contracte, categoria professional i salari. Per analitzar el grau de compliment amb l'ètica periodística, s'ha agafat com a base el tesaurus elaborat per Alsius (1998, 2010) i s'ha

avaluat l'actitud dels participants davant de divuit supòsits vinculats als principis ètics de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat.

3.2.2.1 Indicadors de la precarietat laboral

Per analitzar el concepte de precarietat laboral s'han definit tres grups de variables: les que fan referència a les característiques sociodemogràfiques (edat, gènere, nivell d'estudis i anys d'experiència professional), les que estan relacionades amb el lloc de treball (tipus de mitjà, àmbit territorial i titularitat de l'empresa) i les que fan referència a les condicions laborals (situació laboral, tipus de contracte, categoria professional i salari). A l'hora d'analitzar els resultats, s'han creuat a través de taules dinàmiques les dades obtingudes en cadascuna de les variables per veure com s'interrelacionen entre elles i aconseguir un retrat més acurat de la professió. També s'ha avaluat el sentiment dels participants davant la precarietat, tot utilitzant dues escales de valors per mesurar el grau de satisfacció dels professionals amb les seves condicions laborals i la influència que aquestes tenen a l'hora de treballar. Les dues escales s'han combinat amb preguntes tancades sobre l'evolució de les condicions laborals i la seva incidència en les decisions ètiques.

a) Variables sociodemogràfiques

Les variables d'aquest primer bloc són necessàries per traçar un perfil sociodemogràfic dels periodistes que treballen a Catalunya a partir dels indicadors d'edat, gènere, nivell d'estudis i anys d'experiència professional. L'objectiu és oferir un retrat actualitzat de la professió que doni continuïtat a estudis previs com el de Soler et al (2006) i Alsius et al (2010). És per això que els intervals proposats en les respostes s'han dissenyat tenint en compte aquestes investigacions anteriors, per tal de facilitar-ne l'estudi comparatiu.

Taula 3.1 Indicadors de les característiques sociodemogràfiques

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES	
Edat	<ul style="list-style-type: none"> -Menys de 25 anys -De 26 a 40 anys -de 41 a 64 anys -Majors de 65 anys
Gènere	<ul style="list-style-type: none"> -Home -Dona
Nivell d'estudis	<ul style="list-style-type: none"> -Graduat o llicenciat en Periodisme o altres carreres relacionades amb el món de la comunicació -Graduat o llicenciat en altres matèries -Màster o postgrau -Doctor -Sense estudis universitaris
Anys d'experiència professional	<ul style="list-style-type: none"> -Sense experiència remunerada com a periodista -Menys de dos anys -Entre 2 i 5 anys -Entre 6 i 15 anys -Entre 16 i 20 anys -Més de 20 anys

b) Variables vinculades al lloc de treball

El segon bloc de variables ha de permetre determinar quina és la influència del lloc de treball dels participants en les seves condicions laborals i en la seva pràctica professional.

Per a fer-ho, es té en compte el tipus de mitjà, l'àmbit territorial i la titularitat de l'empresa.

Taula 3.2 Variables vinculades al lloc de treball

VARIABLES VINCULADES AL LLOC DE TREBALL	
Tipus de mitjà	<ul style="list-style-type: none"> -Agència de notícies -Gabinet de comunicació -Mitjà digital -Premsa -Ràdio -Televisió
Àmbit territorial	<ul style="list-style-type: none"> -Local, comarcal o provincial -Català -Espanyol -Internacional
Titularitat de l'empresa	<ul style="list-style-type: none"> -Pública -Privada -Altres tipologies (empreses de titularitat mixta, ONG, cooperatives, partits polítics...)

c) Variables vinculades a les condicions laborals

Aquest darrer grup de variables ha de permetre conèixer quines són les condicions laborals dels enquestats: la seva situació laboral, el tipus de contracte que tenen, la categoria professional i el salari.

Taula 3.3 Variables vinculades a les condicions laborals

VARIABLES VINCULADES A LES CONDICIONS LABORALS	
Situació laboral	<ul style="list-style-type: none"> -Contracte laboral a temps complet -Contracte laboral a temps parcial -Autònom/a -Col·laboracions remunerades -Col·laboracions no remunerades -Contracte de pràctiques -Jubilat -A l'atur -Altres (interinitat/substitució, de baixa, en procés d'ERO, funcionariat, contracte fix discontinu, prejubilació...)
Tipus de contracte	<ul style="list-style-type: none"> -Contracte indefinit -Contracte temporal -Contracte per obra i servei -Sense contracte
Categoria professional	<ul style="list-style-type: none"> -Estudiant en pràctiques -Ajudant de redacció -Redactor/a -Autònom/col·laborador/a -Cap de secció -Cap de redacció (també inclou cap d'informatius de ràdio i televisió)² -Director/a (també inclou editors d'informatius de ràdio i televisió)³

² S'han equiparat els caps de redacció amb els caps d'informatius de radio i televisió perquè en ambdós casos són el segon càrrec de màxima responsabilitat dins la redacció

³ S'han equiparat els directors de premsa amb els editors d'informatius perquè en ambdós casos ostenten la màxima responsabilitat en relació als continguts informatius

	-No actiu -Altres (corresponsal, administratiu, becari sense ser estudiant, tècnic de comunicació...)
Salari	-Menys de 15.000 euros bruts anuals -De 15.001 a 25.000 euros bruts anuals -De 25.001 a 35.000 euros bruts anuals -De 35.001 a 50.000 euros bruts anuals -Més de 50.000 euros bruts anuals

3.2.2.4 Indicadors de la deontologia

La segona part de l'enquesta serveix per avaluar les actituds dels participants davant dels dilemes ètics que els sorgeixen en la pràctica de la professió. Es tracta d'un concepte que es fa difícil de mesurar, ja que no existeixen uns principis ètics compartits de forma unànime per tota la professió i el Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes no és d'obligat compliment ni recull necessàriament tots els supòsits. Davant d'aquesta situació, en aquesta recerca s'ha optat per agafar com a punt de partida els quatre principis ètics bàsics de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat proposats per Alsius (1998, 2010) i, basant-se en el seu tesaurus, fer-ne una selecció i introduir-hi algunes actualitzacions. En total, s'han avaluat divuit supòsits.

Taula 3.4 Supòsits ètics avaluats

Principi	Supòsits
Llibertat	-Autolimitar-se amb aquelles informacions que puguin anar en contra de la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà -Publicar informacions que beneficiïn altres empreses o mitjans amb els quals es té una relació professional -Publicar, eliminar o modificar informació perquè ho demana un superior -Publicar, eliminar o modificar informació perquè es demana des de l'esfera pública

	<ul style="list-style-type: none"> -Publicar, eliminar o modificar informació per adequar-se a la línia editorial del mitjà -Publicar, eliminar o modificar informació per obtenir més publicitat i/o patrocinis
Veritat	<ul style="list-style-type: none"> -Publicació de notícies sense contrastar -Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic el nombre de visites o l'audiència que obtindran -Ús de procediments irregulars per obtenir informació -Presentació com a informacions continguts que en realitat són patrocinats -Còpia d'informacions procedents de comunicats de premsa, agències de notícies o altres mitjans sense citar-ne l'origen ni contrastar
Justícia	<ul style="list-style-type: none"> -No respectar la presumpció d'innocència d'un acusat -Elaborar informacions sense tenir en compte si reflecteixen o no la diversitat política i/o social -Oferir només una versió dels fets
Responsabilitat	<ul style="list-style-type: none"> -Exagerar o espectacularitzar informacions -Envair l'esfera íntima d'una persona per obtenir informació -Captar i/o utilitzar imatges de persones que no desitgen aparèixer en públic -Publicar informacions sense valorar quines poden ser les conseqüències per a un determinat col·lectiu social

3.2.3 Contingut del qüestionari

L'enquesta, realitzada en format digital, consta de 24 preguntes que requereixen, aproximadament, cinc minuts per a ser respostes. S'ha optat per un qüestionari relativament curt i directe amb l'objectiu d'obtenir una major ràtio de participació, ja que, segons Quivy (1992), l'excessiva extensió d'un qüestionari és un factor que fa augmentar el risc del rebuig a respondre. Seguint les directrius de Quivy (1992), Kumar (2005) i

Lewin (2005), s'ha procurat que les preguntes fossin clares, simples i neutres, de manera que els participants les poguessin entendre fàcilment i no hi hagués lloc per a malentesos o dobles interpretacions. Al principi de l'enquesta s'ha inclòs un breu text de presentació amb les indicacions per poder-hi participar –tal com s'ha apuntat, graduats/licenciats en Periodisme, graus de Comunicació i/o persones que obtinguin més del 50% dels seus ingressos treballant com a periodistes en un o més mitjans o gabinets de comunicació a Catalunya- i el temps aproximat que es requereix per respondre-la. El qüestionari sencer es pot trobar a l'annex d'aquesta tesi.

El qüestionari combina les preguntes tancades (d'una o múltiples respostes) amb algunes preguntes obertes, que permeten als participants oferir una resposta lliure i són més apropiades per aconseguir informació sensible, amb l'inconvenient que després són més difícils de codificar i classificar (Kumar, 2005; Lewin, 2005). En aquest cas, s'han considerat necessàries perquè els participants puguin explicar les situacions més personals amb què s'han trobat en qüestions relacionades tant amb la precarietat laboral com amb l'ètica periodística. Tot i això, seguint les directrius de Lewin (2005), que adverteix que és millor no abusar-ne perquè requereixen un major temps de resposta i això pot fer desistir els participants de completar el qüestionari, només se n'han inclòs tres (tenint en compte que posteriorment es faran les entrevistes en profunditat i per tant hi haurà noves vies per obtenir informacions de caràcter més personal). En tots els casos, s'han donat les instruccions necessàries per aclarir si es tracta d'una pregunta oberta o tancada i si requereix una resposta única o múltiple.

Tal com també apunta Lewin (2005), que recomana estructurar els qüestionaris de forma lògica a través de seccions i subseccions, l'enquesta s'ha dividit en tres blocs amb una progressió lògica que permeti abordar tots els objectius de la recerca. El primer bloc fa referència a la situació personal i professional dels participants; el segon avalua el seu grau de satisfacció amb les condicions laborals i el tercer analitza les seves actituds ètiques. En alguns casos, s'ha considerat necessari afegir la possibilitat d'afegir comentaris a les preguntes tancades per tal de poder contextualitzar millor les dades quantitatives.

3.2.3.1 Primer bloc: situació personal i professional

En el primer bloc (preguntes 1 a 11) s'aborden les qüestions relacionades amb les característiques sociodemogràfiques, el lloc de treball i la situació laboral dels participants. Aquestes qüestions s'han situat a l'inici del qüestionari perquè, tal com assenyala Lewin (2005), són les més fàcils i ràpides de respondre, de manera que encoratgen el participant a seguir contestant. L'única excepció ha estat la pregunta relacionada amb el salari, ja que aquesta qüestió pot resultar delicada de respondre per a algunes persones i que per tant s'ha deixat per més endavant.

Per a la majoria de preguntes d'aquest bloc s'ha optat per qüestions tancades on només és possible marcar una única resposta dins d'un ventall de possibilitats. S'ha utilitzat aquesta fórmula en les preguntes relacionades amb l'edat, gènere, nivell d'estudis, anys d'experiència professional i tipus de contracte. En el cas de les qüestions sobre la situació laboral, la categoria professional i la titularitat de l'empresa, malgrat que també es permet només marcar una resposta, s'ha habilitat l'opció "altres" perquè els participants puguin exposar situacions que no hagin estat contemplades en el disseny del qüestionari. En les preguntes relacionades per quin/s tipus de mitja/ns treballen principalment els participants i el seu àmbit territorial, s'han permès respostes múltiples.

3.2.3.2 Segon bloc: valoració de les condicions laborals

Aquest segon bloc (preguntes 12 a 16) inclou les qüestions que avaluen el grau de satisfacció dels participants amb les seves condicions laborals i les que permeten determinar quines són les seves principals preocupacions en aquest àmbit. En aquesta ocasió, s'ha optat per dues preguntes tancades de resposta única en les qüestions que fan referència a l'evolució de les condicions laborals i al salari brut anual (ordenat en una escala ordinal amb cinc intervals). També s'ha plantejat una pregunta oberta de lliure resposta perquè els participants puguin exposar, des de la seva experiència personal, quins canvis han experimentat les seves condicions de treball al llarg de la seva carrera professional, amb l'objectiu de complementar els resultats numèrics.

D'altra banda, s'ha utilitzat una escala actitudinal de l'1 al 10 per tal que els participants valorin el seu grau de satisfacció en relació a les seves condicions laborals, en què 1 significa "gens satisfet" i 10 "molt satisfet". També s'ha plantejat una pregunta de resposta múltiple i amb la categoria "altres" habilitada per tal que els participants expressin les seves principals causes de preocupació laboral.

3.2.3.3 Tercer bloc: avaluació dels comportaments ètics

En aquest darrer apartat (preguntes 17 a 24) s'aborden les qüestions relacionades amb els comportaments ètics dels participants. Inicialment es va decidir plantejar les preguntes de forma indirecta –és a dir, mesurant les opinions dels participants davant de determinats comportaments ètics- per tal que fossin menys intimidatòries, ja que, segons Quivy (1992) i Kumar (2005), si es fan preguntes massa directes es corre el risc d'obtenir poques respostes o enganyoses, ja que poques persones estan disposades a admetre que han tingut un comportament poc exemplar. Finalment, però, s'han desestimat les preguntes indirectes perquè l'objectiu de la recerca no és avaluar les opinions dels participants, sinó les seves actituds. Per tant, les qüestions s'han abordat amb preguntes directes sobre la seva experiència personal, amb el risc que això comporta que alguns participants inhibeixin les seves veritables respostes per por a semblar poc ètics. De tota manera, l'anonimat i la confidencialitat de l'enquesta té com a objectiu, precisament, encoratjar a la sinceritat dels participants, ja que, segons Kumar (2005), la garantia d'anonimat permet donar respostes que potser no s'oferiren a cara descoberta.

El bloc s'inicia amb una escala actitudinal de l'1 al 10 per valorar la influència que, en opinió dels participants, tenen les condicions laborals en la seva pràctica professional, en què 1 significa "no influeixen gens" i 10 "influeixen molt". A continuació, hi ha un bloc de quatre preguntes plantejades en forma d'escala actitudinal en què els participants han d'assenyalar amb quina freqüència (diàriament, de forma freqüent, en casos excepcionals o mai) desenvolupen determinades actituds. Cadascuna d'aquestes preguntes inclou supòsits i actituds relacionats amb els principis de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat. Per finalitzar aquest darrer bloc –i per tant, també l'enquesta-, s'inclou una pregunta tancada per conèixer si els participants han hagut de prendre mai

alguna decisió que vagi en contra els seus principis ètics a l'hora d'aconseguir o mantenir una feina i dues preguntes finals per tal que els participants puguin explicar les seves experiències personals i afegir els comentaris i/o observacions que considerin pertinents.

Un cop dissenyat el qüestionari, i abans de procedir a la seva distribució, s'ha provat amb un grup reduït de deu periodistes, tal com recomana Quivy (1992: 164), per tal de detectar les possibles deficiències de les preguntes, els oblitats, les ambigüitats i els potencials problemes que puguin generar les respostes. Després de fer un parell d'ajustaments i correccions a partir de les seves aportacions, s'ha procedit a la distribució del qüestionari.

3.2.4 Distribució de l'enquesta

L'enquesta s'ha distribuït a través d'Internet per l'estalvi de temps i costos que comporta, ja que aquest sistema permet arribar a un gran nombre de potencials participants de manera ràpida, flexible i econòmica, a més de facilitar als receptors la possibilitat de respondre al moment i el ritme que volen i tractar les dades directament a través de sistemes informàtics (Cook et al, 2000). Tot i que, segons adverteix Lewin (2005), la distribució online genera el risc d'excloure una part de la població –la que no té accés a Internet-, en aquest cas, tenint en compte que la pràctica diària dels periodistes exigeix el domini de les noves tecnologies, s'ha considerat que aquest sistema de distribució no distorsiona la mostra. La plataforma utilitzada ha estat Google Forms, escollida per la seva gratuïtat, facilitat d'ús –tant per a investigadors com per a participants- i els avantatges que ofereix en el tractament estadístic de les dades. Va estar habilitada per rebre respostes durant el període comprès entre el 9 d'abril i el 15 de juny de 2018.

L'objectiu ha estat arribar a les 400 respostes que s'havien establert com a mínim –ja que, com s'ha dit, aquesta xifra suposa un 10% dels membres del Col·legi de Periodistes- i alhora garantir que siguin de qualitat. Aquest objectiu ha suposat un repte en un context en què la ràtio de resposta dels qüestionaris online ha disminuït en els darrers anys a causa de l'elevat ús que se'n fa i el grau de saturació que pateixen els potencials participants (Sánchez-Fernández et al, 2012). Per això, seguint les directrius de Cook et al (2000),

que assenyalen que la quantitat i la personalització dels contactes són els factors que més contribueixen a una alta ràtio de respostes, s'han obert tres vies per obtenir el màxim nombre de respostes possibles: la institucional –demanant al Col·legi i al Sindicat de Periodistes de Catalunya la seva col·laboració-, el sistema “bola de neu” a través de les xarxes socials per tal d'arribar a tots aquells periodistes que no formen part de cap organisme de representació i els correus electrònics individuals a contactes personals.

En primer lloc, com que Kumar (2005) assenyalava que l'administració col·lectiva és una de les millors maneres d'aconseguir un alt nombre de respostes, es va demanar la col·laboració del Col·legi de Periodistes i el Sindicat de Periodistes de Catalunya per tal que distribuïssin el qüestionari entre els seus membres. El Col·legi va col·laborar distribuint l'enquesta a través del seu compte de Twitter i incloent l'enllaç en un dels butlletins electrònics setmanals que envia als seus col·legiats. Per la seva banda, el Sindicat hi va participar distribuint-la per correu electrònic entre els seus afiliats.

Tot i això, comptar només amb la participació dels professionals que formen part d'aquests col·lectius generaria un problema de representativitat, perquè, tal com s'ha apuntat, és possible exercir la professió sense tenir cap afiliació. Per tal d'arribar als professionals que no consten en cap registre, i també als que són autònoms i/o col·laboradors, s'ha optat pel sistema “bola de neu”. Aquesta tècnica, que té com a objectiu que un participant pugui conduir l'investigador a altres participants, està especialment indicada per arribar a poblacions poc accessibles i difícils de localitzar (Atkinson i Flint, 2001), com en aquest cas són els periodistes autònoms, no col·legiats ni sindicats. Així doncs, malgrat les limitacions d'aquest sistema, que pot excloure participants i fer la mostra menys representativa, en aquest cas ha estat molt útil per poder accedir a periodistes que, en llenguatge col·loquial, “van per lliure”.

Seguint aquest sistema, l'enquesta es va distribuir a través de la pàgina de Facebook Agenda Periodistes, que agrupa uns 9.000 professionals que comparteixen ofertes de treball i informacions d'interès relacionades amb el periodisme, acompanyada d'una breu presentació dels objectius de l'estudi. També es va publicar als perfils personals de

l'autora a Facebook i Twitter, fent una crida als professionals a respondre l'enquesta i a distribuir-la entre els seus coneguts. Tot i que l'enviament de correus de recordatori pot augmentar la ràtio de resposta (Lewin, 2005), Cook et al (2000) i Sánchez-Fernández et al (2012) adverteixen que un nombre excessiu de recordatoris pot ser contraproduent, ja que els receptors es poden sentir pressionats. Per això, es van publicar només posts de recordatori en intervals de tres setmanes. La resposta va ser positiva, ja que en total es van obtenir 31 comparticions a Facebook i 36 a Twitter, totes fetes per periodistes.

D'altra banda, segons apunten Sánchez-Fernández et al (2012), els contactes personalitzats també contribueixen a augmentar la ràtio de respostes, ja que els participants perceben que la seva opinió és valuosa. En aquest cas, i tenint en compte que ni el Col·legi ni el Sindicat de Periodistes poden facilitar les dades dels seus afiliats en virtut de la Llei de Protecció de Dades, s'ha optat com a tercera via de distribució enviar 45 correus electrònics individualitzats a contactes personals de l'autora en què s'explicava l'objectiu de l'estudi i se'ls demanava que completessin l'enquesta. En aquest cas, 26 van respondre positivament al cap de pocs dies i confirmant que ja l'havien completat. Seguint amb les directrius de no abusar dels missatges recordatoris, al cap de quatre setmanes es va enviar un nou correu electrònic a aquells que no havien contestat. Després d'això, onze persones més van respondre positivament. Al final, doncs, va haver-hi un total de 37 enquestes completades a través d'aquest sistema.

Per tal de garantir que els participants complien amb els requisits de l'enquesta, aquesta comptava amb el següent encapçalament, que advertia de les condicions de participació:

“Poden participar en aquesta enquesta els graduats/llicenciats en Periodisme, graus de Comunicació i/o totes aquelles persones que obtinguin més del 50% dels seus ingressos treballant com a periodistes en un o més mitjans o gabinets de comunicació a Catalunya”

Aquest encapçalament, juntament amb la difusió de la mateixa a través de professionals i organismes vinculats a la professió, permet confiar que les dades obtingudes són fiables.

Taula 3.5 Distribució de l'enquesta

Vies institucionals	“Bola de neu”	Contactes personals
-Col·legi de Periodistes de Catalunya: distribució a través del seu compte de Twitter i el butlletí online intern	-Publicació a la pàgina de Facebook “Agenda Periodistes”, amb més de 9.000 membres	-Enviament de correus electrònics a 45 contactes personals de l'autora amb un recordatori al cap de quatre setmanes
-Sindicat de Periodistes de Catalunya: distribució per correu electrònic a tots els seus afiliats	-Publicació a les xarxes socials (Twitter i Facebook) de l'autora, amb recordatoris cada tres setmanes	

Les tres vies de distribució van permetre que, durant els dos mesos que el qüestionari va estar obert, es rebessin 408 respostes, una xifra similar a la del *Llibre Blanc de la Professió Periodística* (Soler et al, 2006) i manifestament superior a la del projecte Media Act (Fengler et al, 2014). Un cop obtingudes les respostes, es va dur a terme una anàlisi estadística de dades per tal d'extreure'n els resultats. L'anàlisi estadística s'imposa en tots els casos en què es recopilen dades a través d'un qüestionari i permet comparar les respostes globals de les diferents categories socials i analitzar les correlacions entre variables (Quivy, 1992). En aquest cas, s'ha utilitzat l'estadística descriptiva per a fer un retrat genèric de l'estat actual de la professió periodística a Catalunya i l'estadística inferencial per observar les diferències entre els diversos grups. També s'ha dut a terme una anàlisi de contingut per analitzar la informació procedent de les preguntes obertes.

3.3 Metodologia qualitativa: les entrevistes en profunditat

L'ús d'entrevistes en profunditat ha servit per complementar i interpretar les dades obtingudes en l'enquesta. En total, se n'han realitzat setze: deu a professionals que treballen com a periodistes a Catalunya i sis a experts en l'àmbit de la sociologia i

deontologia del periodisme en l'àmbit català i espanyol. En aquest apartat s'exposa el procés de selecció dels participants, el disseny dels qüestionaris i la realització de les entrevistes d'ambdós blocs.

3.3.1 Les entrevistes a professionals

3.3.1.1 Selecció dels participants

La selecció dels participants s'ha dut a terme amb l'objectiu que hi haguessin representades pràcticament totes les categories de les variables analitzades en l'enquesta. A través d'un acurat procés de selecció, s'ha aconseguit que entre els entrevistats hi hagi representats els dos gèneres, les tres franges d'edat, les diferents trajectòries professionals, gairebé tots els nivells d'estudis (no hi ha cap titulat en una matèria que no sigui Periodisme, però sí participants amb doble titulació), els sis tipus de mitjans, tots els àmbits territorials, la titularitat pública i privada, moltes de les situacions laborals (especialment contractats i autònoms), diferents tipus de contracte (excepte per obra i servei) i la majoria de categories professionals. L'única variable que no apareix reflectida de forma específica és el salari, ja que diversos participants han refusat facilitar-lo. Tot i això, al llarg de les converses ha estat un tema recurrent i les diferències de poder adquisitiu entre els entrevistats resulten evidents.

Els participants s'han contactat a través del Col·legi de Periodistes, les xarxes socials (de nou, gràcies a la pàgina de Facebook Agenda Periodistes) i els contactes personals. Com que se'ls ha garantit que es protegiran les seves dades personals, tots ells apareixen citats amb pseudònim i s'han eliminat de les transcripcions totes les referències a marques empresarials per tal de garantir la intimitat. A continuació es mostra una taula-resum amb tots els participants i les seves característiques, mentre que a l'annex es poden trobar les fitxes de cadascun dels entrevistats.

Taula 3.6 Relació de professionals entrevistats i variables

PARTICIPANT (amb pseudònim)	Variables sociodemogràfiques	Variables vinculades al lloc de treball	Variables vinculades a les condicions laborals
Laia	-Dona -37 anys d'edat -15 anys d'experiència professional -Màster	-Gabinet de comunicació -Àmbit local/ comarcal/provincial -Titularitat pública	-Contracte a temps complet -Contracte temporal -Tècnica de comunicació
Marc	-Home -42 anys d'edat -19 anys d'experiència professional -Llicenciatura en Humanitats i en Periodisme	-Televisió -Àmbit local/ comarcal/provincial -Titularitat privada	-Contracte a temps complet -Contracte indefinit -Cap d'informatius (cap de redacció)
Jordi	-Home -23 anys d'edat -Un any d'experiència professional -Grau en Comunicació	-Mitjà digital -Àmbit català -Titularitat privada	-Contracte a temps complet -Contracte temporal -Redactor
Enric	-Home -61 anys d'edat -44 anys d'experiència professional -Sense estudis universitaris	-Premsa -Àmbit català -Titularitat privada	-Atur previ a la jubilació -Anteriorment, contracte a temps complet i indefinit -Director adjunt
Alba	-Dona -34 anys d'edat	-Premsa i agència de notícies	-Autònoma -Sense contracte

	<ul style="list-style-type: none"> -11 anys d'experiència professional -Llicenciatura en Periodisme 	<ul style="list-style-type: none"> -Àmbit català i espanyol -Titularitat pública i privada 	<ul style="list-style-type: none"> -Redactora
Emma	<ul style="list-style-type: none"> -Dona -22 anys d'edat -Quatre mesos d'experiència professional -Grau en Periodisme i cursant el grau en Dret 	<ul style="list-style-type: none"> -Premsa i mitjà digital -Àmbit espanyol -Titularitat privada 	<ul style="list-style-type: none"> -Contracte de pràctiques extracurriculars -Contracte temporal -Redactora en pràctiques
Òscar	<ul style="list-style-type: none"> -Home -35 anys d'edat -10 anys d'experiència professional -Llicenciatura en Periodisme 	<ul style="list-style-type: none"> -Agència de notícies i televisió -Àmbit internacional -Titularitat privada 	<ul style="list-style-type: none"> -Autònom -Sense contracte -Operador de càmera
Sònia	<ul style="list-style-type: none"> -Dona -47 anys d'edat -27 anys d'experiència professional -Llicenciatura en Periodisme 	<ul style="list-style-type: none"> -Premsa i agència de notícies -Àmbit espanyol -Titularitat privada 	<ul style="list-style-type: none"> -Autònoma -Sense contracte -Redactora
Irene	<ul style="list-style-type: none"> -Dona -53 anys d'edat -31 anys d'experiència professional -Llicenciatura en Ciències de la Informació 	<ul style="list-style-type: none"> -Ràdio -Àmbit espanyol -Titularitat pública 	<ul style="list-style-type: none"> -Contracte a temps complet -Contracte indefinit (funcionària) -Redactora (anteriorment, cap d'informatius)

Guillem	-Home -43 anys d'edat -22 anys d'experiència professional -Llicenciatura en Periodisme	-Televisió -Àmbit català -Titularitat pública	-Contracte a temps complet -Contracte indefinit -Redactor + complement com a editor
----------------	---	---	---

3.3.1.2 Disseny dels qüestionaris

Per aconseguir un diàleg el màxim de sincer possible sobre qüestions tan delicades i personals com la precarietat laboral i l'ètica periodística, s'ha optat per dur a terme entrevistes semiestructurades, que consten d'una sèrie de preguntes-guia relativament obertes per tal que l'entrevistat pugui expressar-se lliurement i amb l'ordre que desitgi, deixant el camp obert a respostes diferents i inesperades que no hagin estat contemplades per l'investigador (Quivy, 1992; Kumar, 2005; Barbour i Schostak, 2005).

Els qüestionaris de les entrevistes s'han estructurat en tres blocs amplis. En el primer s'han abordat les qüestions relacionades amb la situació personal i professional dels entrevistats: el seu lloc de treball, les tasques assumides i les condicions laborals; la seva trajectòria professional i l'evolució que han experimentat les seves condicions. D'aquesta manera, l'objectiu ha estat crear un clima de confiança i tenir un retrat més complet del participant, no només de la seva situació actual sinó de tota la seva trajectòria. En el segon bloc s'han abordat els dilemes ètics amb què es troben els professionals de forma més habitual, quina és la seva reacció davant d'aquestes situacions i com perceben que els influeixen les seves condicions de treball. En el tercer bloc se'ls ha demanat que valoressin l'estat de la professió i les seves perspectives de futur, així com el seu grau de confiança en els òrgans de col·legiació i els instruments de rendiment de comptes.

Taula 3.7 Estructura dels qüestionaris a professionals

<p>Bloc 1: Situació professional i professional</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Lloc de treball, tasques assumides i condicions laborals -Trajectòria professional -Evolució de les condicions laborals
<p>Bloc 2: Dilemes ètics i actituds adoptades</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Dilemes ètics que el participant es troba en la seva pràctica habitual del periodisme -Reacció i actitud mostrada davant d'aquests dilemes -Percepció de com les seves condicions de treball influeixen en la seva actitud ètica
<p>Bloc 3: Estat actual i futur de la professió</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Valoració de l'estat actual de la professió i els seus membres - Grau de confiança en els òrgans de col·legiació i els instruments de rendiment de comptes dels mitjans -Perspectives de futur –personals i col·lectives- de la professió

3.3.1.3 Realització de les entrevistes

Tenint en compte que, per aconseguir respostes de qualitat, l'entrevista s'ha de basar en una relació de confiança entre l'investigador i el participant (Barbour i Schostak, 2005), les deu entrevistes s'han dut a terme cara a cara, per tal de crear un major clima de complicitat i proximitat, tal com recomana Kumar (2005). A l'hora de realitzar-les s'han seguit les directrius de Barbour i Schostak (2005), que assenyalen que l'investigador no s'ha d'imposar davant l'entrevistat ni convertir la trobada en un monòleg, sinó posar-se en paral·lel al llenguatge i les formes del participant per aconseguir un diàleg crític i reflexiu. El període de realització de les entrevistes ha estat del 14 de gener al 26 de març de 2019. Totes han estat enregistrades en àudio per facilitar la seva posterior transcripció.

Un cop finalitzades les entrevistes, se n'ha realitzat una anàlisi de contingut, tècnica que permet extreure el màxim d'elements d'informació i reflexió possibles a partir de l'elecció dels termes que escullen els participants, la seva freqüència i manera de disposar-los i l'estructuració i desenvolupament del discurs (Quivy, 1992). Es tracta d'una metodologia especialment indicada per a l'anàlisi d'ideologies i sistemes de valors, així com de la seva transformació, fet que encaixa amb la voluntat d'aquesta tesi d'indagar sobre l'ètica periodística i la possible influència que hi exerceix la precarietat laboral (*ibid*).

3.3.2 Les entrevistes a experts

3.3.2.1 Selecció dels participants

El tercer vèrtex de la metodologia han estat les entrevistes en profunditat realitzades a sis experts en periodisme, que en alguns casos han contribuït al disseny de l'enquesta i en d'altres n'han interpretat els resultats des d'una posició acadèmica i institucional. Per tal de tenir un ventall de visions el més ampli possible, s'han escollit tant investigadors que han dut a terme recerques relacionades amb la sociologia i la deontologia del periodisme com professionals vinculats a les principals institucions periodístiques a Catalunya, com ara el Col·legi de Periodistes, el Consell de la Informació i el Sindicat de Periodistes.

Després d'un primer contacte que en la majoria de casos s'ha realitzat per correu electrònic, els sis experts que han accedit a participar en la recerca han estat Salvador Alsius, Carlos Maciá-Barber, Luis Palacio, Eva Jiménez, Neus Bonet i Roger Jiménez. Al contrari de les entrevistes en profunditat, que han mantingut una estructura similar en tots els casos, aquí cada qüestionari s'ha adaptat al perfil de l'entrevistat. A continuació s'ofereix el perfil professional de cadascun dels experts seleccionats i els temes que s'han tractat en les respectives entrevistes. El perfil complet dels professionals i els detalls de la realització de les entrevistes es poden trobar a l'annex.

Taula 3.8 Perfils dels experts

Nom	Càrrec	Breu currículum	Temes tractats
Salvador Alsius	<p>-Doctor en Periodisme</p> <p>-Professor de la UAB (1976-1983) i la UPF (1992-2016)</p> <p>-Vicepresident del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)</p> <p>-Conseller del Consell de la Informació de Catalunya (CIC)</p>	<p>-Degà del Col·legi de Periodistes en el període 1997-2001</p> <p>-Entre les seves principals línies de recerca hi ha l'ètica periodística i la convergència de redaccions</p> <p>-Autor de diversos llibres sobre ètica periodística, com "Codis ètics del periodisme televisiu" (1999) i "The Ethical Values of Journalists" (2010)</p>	<p>-Investigacions realitzades sobre ètica periodística</p> <p>-Efectes de la crisi econòmica i la precarietat laboral</p> <p>-Eficàcia dels elements d'autoregulació</p> <p>-Evolució de la professió i perspectives de futur</p>
Carlos Maciá-Barber	<p>-Doctor en Periodisme</p> <p>-Professor de la Universidad Carlos III de Madrid</p>	<p>-Investigador principal dels projectes "Deontología y excelencia informativa: implantación y consolidación de prácticas éticas en la empresa periodística" i "Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía en Madrid"</p>	<p>-Situació actual de l'ètica periodística</p> <p>-Conseqüències de la precarietat laboral</p> <p>-Investigacions realitzades fins al moment sobre ètica i precarietat</p> <p>-El paper dels joves i futur de la professió</p>

<p>Luis Palacio</p>	<p>-Editor de Digimedios</p> <p>-Coordinador de l'Informe Anual de la Profesi3n Periodística, publicat per l'APM</p>	<p>-Periodista i investigador especialitzat en la indústria dels mitjans, especialment en la seva economia i en la transició digital</p> <p>-És autor de diversos estudis sobre la situació dels mitjans a Espanya</p>	<p>-Condicions laborals dels periodistes espanyols</p> <p>-Col·lectius que es veuen més afectats per la precarietat laboral</p> <p>-Evolució de la professió i perspectives de futur</p>
<p>Eva Jiménez</p>	<p>-Doctora en Comunicació</p> <p>-Professora associada a la Universitat Ramon Llull</p> <p>-Membre de la junta del Sindicat de Periodistes de Catalunya</p>	<p>-Entre les seves línies de recerca hi ha l'ètica periodística, especialment amb relació al seu ensenyament universitari i els efectes de les noves tecnologies</p>	<p>-Situació actual de l'ètica periodística</p> <p>-Mecanismes de lluita contra la precarietat</p> <p>-Possibles efectes de la precarietat en l'ètica</p>
<p>Neus Bonet</p>	<p>-Periodista</p> <p>-Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya en el període 2014-2019</p>	<p>-Periodista de Catalunya Ràdio, on ha estat directora d'”El Matí de Catalunya Ràdio” i editora de caps de setmana</p>	<p>-Situació laboral dels periodistes a Catalunya</p> <p>-Directrius ètiques i grau de compliment a Catalunya</p> <p>-Paper del Col·legi amb relació a la precarietat i a l'ètica</p>
<p>Roger Jiménez</p>	<p>-Periodista</p> <p>-President del Consell de la</p>	<p>-Ha treballat de periodista a mitjans com Europa Press, Efe, La Vanguardia (d'on va</p>	<p>-El paper del CIC a l'hora de garantir l'ètica periodística a Catalunya</p>

	Informació de Catalunya	ser Defensor del Lector) -Professor de Periodisme a la UAB i la UIC -Autor del llibre “Cien casos de ética periodística en tiempos de precariedad”	-El paper dels altres mitjans d'autoregulació per garantir l'ètica -La situació del periodisme i els seus professionals a Catalunya
--	-------------------------	--	--

3.3.2.2 Disseny i realització de les entrevistes

Els sis experts s'han sotmès individualment a entrevistes semiestructurades, ja que aquestes permeten cobrir els temes bàsics que es volen tractar però alhora encoratgen els entrevistats a expressar-se amb les seves pròpies paraules (Scott i Garner, 2013). D'aquesta manera, en tots els casos s'han pogut tractar les dues qüestions fonamentals de la precarietat laboral i l'ètica periodística, però els qüestionaris han estat alhora prou flexibles per permetre l'aprofundiment en el terreny d'especialització de cada entrevistat (vegeu taula 3.8).

Les entrevistes als quatre participants de perfil acadèmic –Alsius, Macià-Barber, Palacio i Eva Jiménez- es van realitzar abans de l'enquesta, ja que la seva experiència en recerques de naturalesa similar van ajudar a perfilar algunes de les qüestions incloses. En aquests casos s'ha tingut en compte que, per tal que aquestes entrevistes exploratòries permetin complementar la recerca prèvia i/o descobrir aspectes clau que l'investigador potser no havia tingut en compte, cal que siguin poc dirigides i el màxim d'obertes possibles, plantejant poques qüestions i donant un to general de conversa lliure. Per aconseguir-ho, les preguntes han de ser molt obertes i flexibles, evitant la formulació de qüestions massa nombroses i precises (Quivy, 1992). En canvi, les entrevistes d'àmbit institucional – Bonet i Roger Jiménez- es van realitzar amb posterioritat a la distribució de les enquestes, un cop ja se n'havien extret els primers resultats. La seva aportació ha servit, doncs, per oferir una mirada global de la professió que complementa i contextualitza les experiències personals relatades pels professionals. La meitat de les entrevistes s'han dut a terme de

forma presencial (Alsius, Bonet i Roger Jiménez) i l'altra meitat per via telefònica (Maciá-Barber, Palacio i Eva Jiménez), totes entre el 22 de novembre de 2017 i el 18 d'octubre de 2018. Les converses han estat enregistrades amb àudio per a facilitar la seva posterior transcripció, que es pot consultar a l'annex.

SUMARI CAPÍTOL 4: RESULTATS. ANÀLISI QUANTITATIVA

4.1. La situació laboral dels periodistes a Catalunya	194
4.1.1. Característiques sociodemogràfiques	194
4.1.1.1. Una professió nodrida de joves	195
4.1.1.2. Acceleració de la feminització	196
4.1.1.3. Alta formació i especialització	198
4.1.1.4. Trajectòries professionals poc extenses.....	201
4.1.2. Característiques del mercat laboral.....	204
4.1.2.1. Gabinetes i mitjans digitals, nous nínxols d'ocupació	204
a) Joves i mitjans digitals	207
b) Més presència femenina en gabinetes i televisió.....	209
c) La pluriocupació, un fenomen habitual.....	210
4.1.2.2 Els mitjans locals, un motor laboral.....	213
4.1.2.3 Més ocupació privada que pública.....	216
4.1.3 Condicions laborals dels professionals.....	218
4.1.3.1 Falta d'estabilitat: escassetat de contractes a temps complet... 218	
a) Uns inicis poc estables.....	220
b) Les dones, víctimes de la inestabilitat.....	223
c) El nivell de formació, un factor irrellevant.....	225
d) L'experiència, una porta cap a l'estabilitat	227
e) La falta de contractes en l'àmbit digital.....	230
f) Inestabilitat en l'àmbit espanyol i internacional.....	232
g) El sector públic, líder en contractes a temps complet.....	234
4.1.3.2. Falta d'estabilitat: escassetat de contractes indefinits.....	235
a) Una quimera abans dels 40 anys.....	236
b) El gènere, de nou un factor clau.....	238
c) Nova irrellevància del nivell d'estudis.....	239
d) La llarga experiència requerida.....	240
e) La precarietat dels mitjans digitals.....	242
f) La importància de l'àmbit territorial.....	244
g) Sense diferències en el sector públic i privat.....	245
4.1.3.3. Categories professionals poc estandarditzades	246
a) L'edat, variable determinant.....	247
b) Els homes, amb categories més altes.....	249
c) La falta d'estudis no impedeix l'ascens.....	250

d) L'experiència garanteix millors càrrecs.....	252
4.1.3.4 Salaris cada cop més baixos	253
a) Un problema essencial per als joves.....	255
b) Salaris més elevats entre els homes.....	258
c) La formació no garanteix un millor salari.....	259
d) Més de setze anys per assolir un bon sou.....	261
e) Precarietat salarial en l'àmbit digital.....	264
f) Sous més baixos en l'àmbit local.....	267
g) Retribucions superiors a l'empresa pública.....	269
h) La inestabilitat genera baixos ingressos.....	271
i) Contractes indefinits, sous més elevats.....	273
j) Estreta correlació entre categoria i salari.....	274
4.2. Percepció de la precarietat per part dels professionals.....	277
4.2.1. Grau de satisfacció amb les condicions laborals.....	277
4.2.1.1. Resignació davant la precarietat.....	278
a) Insatisfacció entre els joves	279
b) Pitjor valoració de les dones.....	280
c) Major formació, major decepció.....	281
d) Com més experiència, millor valoració.....	282
e) Preocupació entre els mitjans impresos i digitals.....	283
f) Baixa valoració dins l'àmbit local.....	285
g) Major satisfacció entre els treballadors públics.....	286
h) El contracte laboral, motiu de satisfacció.....	287
i) El contracte indefinit, un factor decisiu.....	288
j) Millor categoria, més satisfacció.....	289
k) El salari, variable determinant.....	290
4.2.2. Evolució de les condicions laborals.....	291
4.2.2.1 Un pessimisme generalitzat.....	292
a) Una major preocupació entre els veterans.....	292
b) Més pessimisme entre els homes.....	294
c) Menys formació, més vulnerabilitat	295
d) La nostàlgia dels més veterans.....	296
e) La premsa, el sector més perjudicat.....	298
f) L'àmbit internacional, l'únic que escapa de la crisi.....	300
g) Pitjor evolució per als treballadors privats.....	301
h) La inestabilitat empitjora la situació.....	302
i) La preocupació de no tenir contracte.....	304
j) Un pessimisme estès a totes les categories.....	306
k) El salari determina la percepció.....	307

4.2.2.2. Valoracions dels participants sobre l'evolució professional.....	309
a) Pitjors salaris, més feina i pèrdua d'estabilitat.....	309
b) Millores insuficients o pas a la comunicació corporativa.....	312
c) Estabilitzar-se dins la precarietat	314
4.2.3. Principals causes de preocupació laboral.....	316
4.2.4. Influència de les condicions laborals en l'exercici professional	318
4.2.4.1. Una correlació directa entre condicions i pràctica	318
a) Els joves, el col·lectiu més condicionat.....	319
b) La mateixa influència per a ambdós gèneres.....	320
c) Més formació, major influència.....	321
d) Els inicis professionals, més condicionats.....	322
e) Major influència sobre els treballadors digitals.....	323
f) Els condicionants dels mitjans d'abast espanyol.....	324
g) Sense diferències segons la titularitat de l'empresa.....	326
h) La independència que dona un contracte a temps complet ...	326
i) El condicionant de la falta de contracte.....	328
j) Major preocupació entre les categories més baixes	329
k) La influència de la precarietat salarial.....	330
4.3 Comportaments ètics dels professionals	331
4.3.1. Relació entre la precarietat i els quatre principis ètics.....	331
4.3.1.1 El "preu" d'una feina	331
a) Els joves, obligats a fer més renúncies.....	332
b) Les dones, més vulnerables.....	333
c) La formació en Periodisme, garantia d'ètica.....	334
d) El període de consolidació, un risc per a l'ètica.....	336
e) Més concessions en l'àmbit digital.....	337
f) La preocupació dels treballadors de mitjans espanyols	338
g) Majors renúncies dins l'àmbit privat.....	339
h) La inestabilitat, factor de renúncia.....	340
i) Un contracte indefinit, element de llibertat.....	342
j) El cost de l'ascens professional.....	343
k) Els salaris més baixos generen més renúncies.....	345
4.3.2. Influència de la precarietat en l'actitud davant dels principis ètics.....	346
4.3.2.1. Efectes sobre el principi de llibertat.....	346
a) Els joves, més limitats.....	350
b) Una qüestió de gènere	354
c) El nivell d'estudis, un factor sense influència.....	359
d) Limitacions durant tota la carrera professional.....	364

e) Menys llibertat en el sector digital.....	370
f) La rellevància del context polític	375
g) Major limitació en els mitjans privats.....	379
h) El “cost ètic” de tenir un contracte laboral.....	383
i) La temporalitat, factor de risc.....	389
j) Més responsabilitat, menys llibertat.....	394
k) Sacrificar llibertat per a un millor salari.....	400
 4.3.2.2. Efectes sobre el principi de veritat.....	 405
a) Els joves, més proclius al clic-bait i la còpia.....	408
b) La variable de gènere, sense influència.....	410
c) La importància de la formació especialitzada.....	411
d) La falta d’experiència, clau però no determinant.....	414
e) Els riscos dels mitjans digitals.....	416
f) El periodisme de proximitat, més exposat.....	419
g) Relativa influència de la titularitat de l’empresa.....	421
h) Més “costos ètics” de tenir contracte	422
i) Renúncies per mantenir l’estabilitat.....	425
j) El paper clau dels càrrecs de responsabilitat.....	428
k) Limitada incidència de la precarietat salarial.....	431
 4.3.2.3 Efectes sobre el principi de justícia.....	 434
a) Noves càrregues per a l’estabilització dels joves.....	435
b) Ambdós gèneres, mateixa actitud.....	436
c) Més formació, major vulnerabilitat.....	437
d) Més experiència, noves renúncies.....	438
e) El tipus de mitjà, variable no determinant.....	440
f) Major preocupació dins l’àmbit local.....	442
g) La titularitat de l’empresa, irrellevant.....	444
h) Més llibertat per als autònoms.....	444
i) Els requeriments d’un contracte indefinit.....	446
j) El càrrec torna a requerir costos.....	447
k) El salari, no influent en aquest cas.....	448
 4.3.2.4. Efectes sobre el principi de responsabilitat.....	 449

4. RESULTATS: ANÀLISI QUANTITATIVA

L'anàlisi quantitativa de resultats s'organitza en tres grans blocs. El primer, que porta per títol "La situació laboral dels periodistes a Catalunya", ofereix un retrat de la professió a partir de les característiques sociodemogràfiques dels participants, analitza les característiques del mercat de treball i descriu les condicions laborals amb què es troben els professionals, tot comparant. En el segon apartat, "Percepció de la precarietat per part dels professionals", s'avalua el grau de satisfacció dels participants amb les seves condicions de treball, com han evolucionat, quines són les seves preocupacions i fins a quin punt la seva situació laboral els condiciona a l'hora d'exercir la professió. Finalment, en el tercer bloc, "Relació entre la precarietat laboral i els quatre principis ètics", s'aprofundeix en quina és la influència de la precarietat laboral descrita fins al moment en els supòsits vinculats als quatre principis ètics de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat perfilats a partir del tesaure dissenyat per Alsius (1999, 2010).

4.1 La situació laboral dels periodistes a Catalunya

Aquesta primera part de l'anàlisi quantitativa ofereix una descripció de la situació laboral del sector periodístic a Catalunya. El primer subapartat dibuixa un retrat sociodemogràfic dels participants a partir de les variables d'edat, gènere, nivell d'estudis i anys d'experiència professional. El segon analitza les característiques del mercat de treball en funció del tipus de mitjà, el seu àmbit territorial i la titularitat de l'empresa, mentre que en la tercera i última part s'aborda quines són les condicions de treball dels professionals a partir de les variables de situació laboral, tipus de contracte, categoria professional i salari. En aquest apartat s'ha inclòs també la discussió amb la literatura prèvia per tal de poder fer una comparativa i veure l'evolució de la professió respecte anys anteriors.

4.1.1 Característiques sociodemogràfiques

Aquest primer apartat ofereix un perfil sociodemogràfic dels participants a través de quatre variables: edat, gènere, nivell d'estudis i anys d'experiència professional, que s'analitzen de forma individual i també de forma creuada a través de l'ús de taules

dinàmiques. Les dades permeten detectar una progressiva feminització de la professió entre les generacions més joves (fins als 40 anys), mentre que en el col·lectiu més veterà (401-64 anys) els homes són clarament majoritaris. També es detecta un elevat nivell de formació i especialització, especialment entre els participants més joves. Finalment, la joventut de la professió fa que la majoria dels enquestats, especialment les dones, tinguin trajectòries professionals poc extenses, ja que el principal percentatge (31,9%) correspon als participants que porten entre 6 i 15 anys en la professió.

4.1.1.1 Una professió nodrida de joves

En línia amb els resultats d'estudis anteriors, com el *Llibre Blanc de la Professió Periodística*, que apuntava que un 70% de la professió tenia menys de 45 anys (Soler et al, 2006), els resultats de la present enquesta mostren que els professionals catalans del periodisme continuen essent molt joves, ja que un 67,1% no arriba als 40 anys (taula 4.1). Segons les dades obtingudes, el nombre de periodistes menors de 25 anys s'ha disparat en els darrers anys. Si en el *Llibre Blanc de la Professió Periodística* (Soler et al, 2006) suposaven només un 1,7% del total, segons les dades obtingudes en aquests moments arriben fins al 14,5%. Aquest increment de joves periodistes es pot atribuir, en bona part, a la proliferació d'estudis de Periodisme i Comunicació tant a Catalunya com al conjunt d'Espanya descrita per Farias i Roses (2009), Alsius et al (2010) i Rivero i Meso (2015). L'any 2019, a Catalunya hi havia deu universitats oferint estudis de Periodisme o relacionats amb la comunicació (per exemple, els graus de Comunicació Cultural a la UdG o de Comunicació i Periodisme Audiovisuals a la UdL), a banda de nombrosos màsters i estudis de postgrau relacionats amb la matèria.

A continuació, el grup d'edat més nombrós en l'actualitat és el dels 26 als 40 anys, que inclou més de la meitat dels enquestats: un 52,6%. A partir d'aquí, els que es troben en una franja d'edat més veterana, d'entre 41 i 64 anys, i que per tant inclouen les primeres generacions sortides de les facultats de Periodisme i/o Comunicació catalanes (la Facultat de Ciències de la Informació de la UAB, que va ser pionera, va néixer el curs 1971-72), suposen un 31,7%. Finalment, els majors de 65 anys només signifiquen un 1,2%, fet que els converteix en pràcticament irrelevantes en l'àmbit estadístic.

Taula 4.1 Edat⁴

	Freqüència	Percentatge
Fins a 25 anys	59	14,5
De 26 a 40 anys	214	52,6
De 41 a 64 anys	129	31,7
Més de 65 anys	5	1,2
TOTAL	407	100

4.1.1.2 Acceleració de la feminització

Les dades reflecteixen una tendència a la feminització de la professió. Segons el Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya (Soler et al), el 2006 encara hi havia una àmplia majoria d'homes treballant en el sector, ja que suposaven un 69,9%, davant del 37,1% que representaven les dones. Aquesta diferència es va veure reduïda en l'estudi d'Alsius et al (2010), amb un 57,3% d'homes i un 42,2% de dones, mentre que en la present tesi ja s'ha obtingut un nombre superior de respostes de dones que d'homes: elles suposen un 53,8% dels participants, mentre que ells se situen en un 46,2% (taula 4.2).

Taula 4.2 Gènere

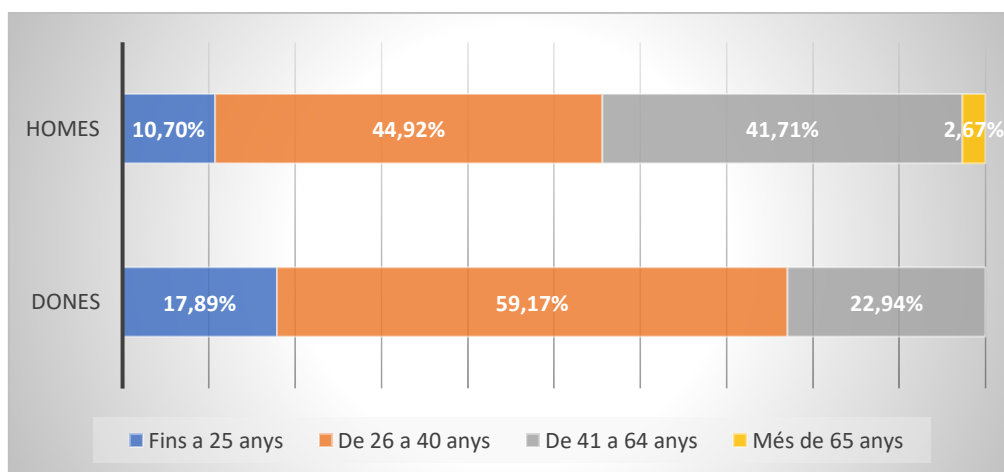
	Freqüència	Percentatge
Dones	218	53,8
Homes	187	46,2
TOTAL	405	100

⁴ Malgrat que l'enquesta l'han contestat un total de 408 persones, no totes les preguntes eren de resposta obligat3ria. És per aix3 que, en alguns casos, la xifra total de respostes és inferior a 408

L'aplicació de taules dinàmiques permet comprovar com la correlació entre edat i gènere dels participants no és homogènia, sinó que reflecteix una clara feminització entre les generacions més joves (fins als 40 anys), mentre que a partir dels 41 anys hi ha una evident majoria d'homes.

En el gràfic número 1 es pot observar com les dones són clarament majoritàries en les franges d'edat inferiors als 25 anys i dels 26 als 40, mentre que a partir dels 41 anys la xifra d'homes és molt superior. Les dades indiquen que hi ha un 17,89% de dones que tenen menys de 25 anys; un percentatge que gairebé duplica el dels homes, que en aquesta franja d'edat se situa només en un 10,7%. La diferència també és considerable en el grup de 26 a 40 anys: hi ha un 59,17% de dones que es troben en aquest interval, mentre que en el cas dels homes el percentatge se situa en un 44,92%. A partir dels 41 anys, tanmateix, les posicions s'intercanvien: hi ha un 41,71% d'homes que tenen entre 41 i 64 anys d'edat, mentre que només un 22,94% de dones es troben en aquesta franja. Destaca també el fet que, malgrat que el grup de majors de 65 anys és pràcticament irrellevant perquè només han respost 5 persones, totes elles pertanyen al gènere masculí.

Gràfic 1. Relació de variables entre gènere i edat



4.1.1.3 Alta formació i especialització

Amb relació al nivell d'estudis dels participants, també es constata la tendència apuntada per anteriors estudis: malgrat que no es requereix cap titulació específica per poder exercir la professió, la majoria compta amb un elevat nivell de formació i especialització. Més de la meitat dels professionals enquestats (un 55,8%) és llicenciat o graduat en Periodisme o en alguna carrera relacionada amb el món de la Comunicació (taula 4.3), una xifra lleugerament més elevada que en l'estudi d'Alsus et al (2010), que la situava en un 52,5%. També destaca el fet que, en aquest cas, un terç dels enquestats, un 34,4%, manifesti haver cursat estudis superiors de màster o postgrau.

S'ha reduït, en canvi, el nombre de persones que es dediquen al periodisme sense tenir la titulació específica. Només un 2,9% dels participants compta amb una llicenciatura o grau en matèries no relacionades amb la comunicació, una xifra considerablement inferior al 17,2% registrat per Soler et al (2006) i a l'11% detectat en l'estudi d'Alsus et al (2010). A més, la present enquesta també permet veure que ha disminuït el nombre de persones que exerceixen la professió sense tenir estudis universitaris: segons Alsus et al de 2010 eren un 10,3%, mentre que actualment representen només un 5,4%. Finalment, cal mencionar que només un 1,5% dels participants ha assolit el grau de doctor, de manera que estadísticament és el grup més irrellevant.

Taula 4.3 Nivell d'estudis

	Freqüència	Percentatge
Llicenciat o graduat en periodisme o alguna carrera relacionada amb la comunicació	227	55,8
Màster o postgrau	140	34,4
Sense estudis universitaris	22	5,4

Llicenciat o graduat en una altra matèria	12	2,9
Doctorat	6	1,5
TOTAL	407	100

Les dades permeten establir una correlació entre l'edat dels periodistes i el seu nivell de formació. Els dos grups d'edat més joves (fins als 25 anys i dels 26 als 40 anys) tenen un major grau de formació, així com més especialitzada, que no pas els professionals a partir dels 41 anys, que és la franja on hi ha un major nombre de participants formats en altres àmbits i sense estudis universitaris (gràfic 2).

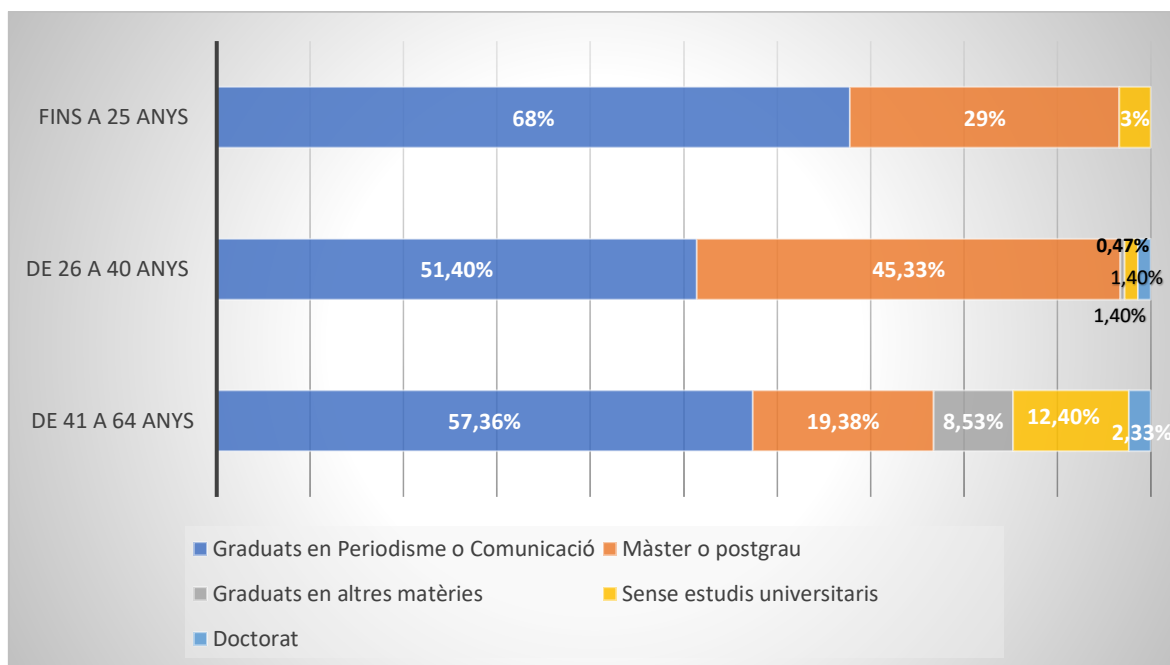
Els menors de 25 anys són el col·lectiu amb un grau més elevat d'especialització, ja que compten amb el percentatge més alt de graduats en Periodisme o altres matèries relacionades amb la comunicació (67,8%). A més, un 28,81% d'ells ja ha assolit, malgrat la seva joventut, estudis de màster o postgrau (28,81%). En canvi, només hi ha un 3,39% que no tinguin estudis universitaris, tot i que en aquest cas pugui ser perquè probablement encara no han tingut temps d'acabar-los.

Pel que fa al grup d'edat d'entre 26 i 40 anys, és el que compta amb un major percentatge d'estudis superiors, ja que gairebé la meitat -un 45,33%- manifesta haver finalitzat un màster o postgrau. En aquest col·lectiu, el nombre de graduats en Periodisme o Comunicació supera el 51,4%, mentre que les xifres de professionals sense estudis universitaris o graduades en altres matèries són pràcticament irrellevants (per sota del 2%).

En canvi, a la franja d'edat situada entre els 41 i els 64 anys és on es detecta un menor nivell de formació i especialització, ja que és on hi ha els majors percentatges de participants graduats en matèries no relacionades amb el món de la comunicació (8,53%)

i sense estudis universitaris (12,4%). Per contra, la xifra de participants que han assolit un màster o postgrau cau fins a només un 19,38%.

Gràfic 2. Relació de variables entre edat i nivell d'estudis⁵



Amb relació a la variable de gènere (gràfic 3), les dones presenten un nivell de formació més elevat i especialitzat que els homes, ja que tenen majors percentatges de graduades en Periodisme o altres matèries relacionades amb la comunicació i d'estudis de màster o postgrau. En canvi, entre els homes es detecta un major intrusisme laboral, amb percentatges més elevats de professionals graduats en altres matèries o sense estudis universitaris.

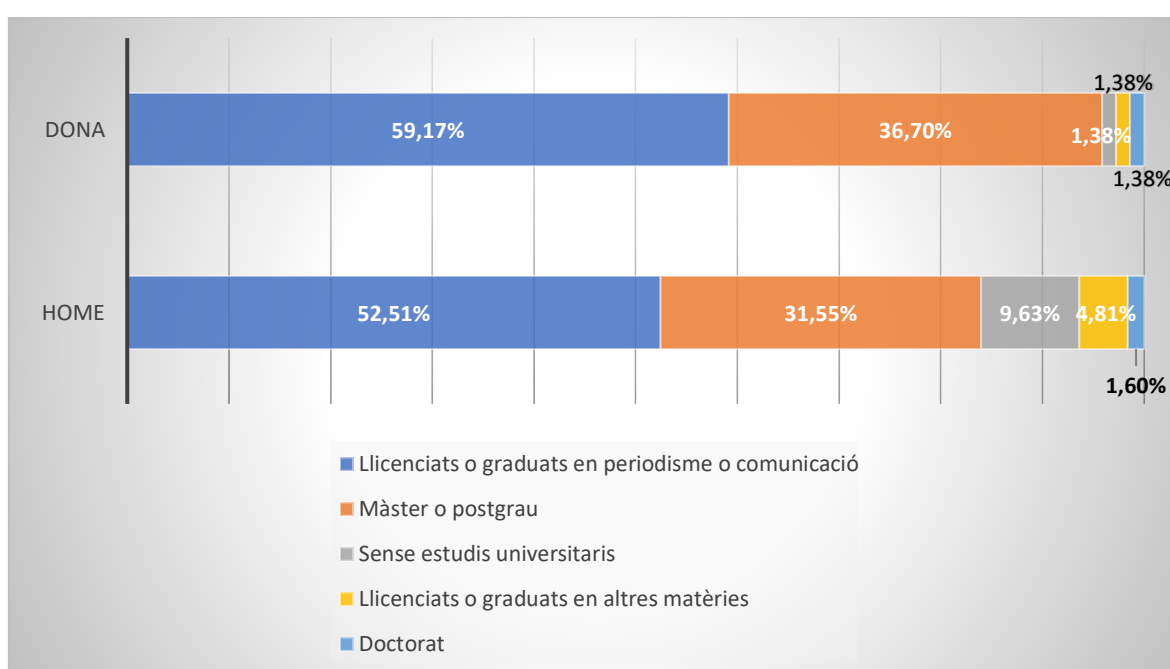
La major part de les participants femenines (59,17%) tenen un grau o llicenciatura en periodisme o altres estudis relacionats amb la comunicació, mentre que un 36,7% ha realitzat estudis de màster o postgrau. En el cas dels homes, aquests percentatges són

⁵ Els majors de 65 anys s'exclouen del gràfic per haver rebut menys de 10 respostes

inferiors: un 52,41% són llicenciats o graduat en periodisme o estudis de comunicació, mentre que un 31,55% compten amb un títol de màster o postgrau.

En canvi, hi ha un 9,63% de participants masculins que no tenen estudis universitaris, una xifra molt superior a l'1,38% de dones en aquesta mateixa situació. També es detecta un 4,81% d'homes que treballen en el sector periodístic malgrat ser llicenciats o graduats en altres matèries, mentre que en el cas de les dones aquesta xifra baixa fins a un 1,38%.

Gràfic 3. Relació de variables entre gènere i nivell d'estudis



4.1.1.4 Trajectòries professionals poc extenses

En correspondència amb la seva joventut (taula 4.1), la pregunta en referència als anys d'experiència permet constatar que la trajectòria professional dels participants és, en general, poc extensa: un 66,3% dels enquestats té menys de quinze anys de carrera laboral, mentre que només un 33,7% supera aquesta xifra. D'aquestes dades se'n pot deduir, com es veurà més endavant, que una part dels professionals -especialment dones- acaba

abandonant el sector per diferents motius, alguns dels quals relacionats amb la precarietat i amb les dificultats per conciliar la vida laboral i familiar.

El percentatge majoritari correspon, de forma destacada, als participants que tenen entre 6 i 15 anys de carrera professional, ja que suposen un 31,9% del total. En segon lloc se situen els que han treballat durant més de 20 anys, que signifiquen un 23,1%, i a continuació hi ha els que tenen entre 2 i 5 anys d'experiència (19,4%). Els darrers percentatges corresponen als joves que tot just estan començant i que per tant fa menys de dos anys que treballen en el sector (10,8%) i finalment als que han treballat per un període d'entre 16 i 20 anys (10,6%). Destaca, també, el fet que un 4,2% dels participants no hagin tingut mai feina remunerada en el sector del periodisme, circumstància que pot respondre a dues casuístiques: es tracta o bé de joves que encara estan a la recerca de la seva primera feina o de persones que, malgrat haver estudiat la carrera de periodisme, mai s'hi han dedicat professionalment.

Taula 4.4 Anys d'experiència professional

	Freqüència	Percentatge
Sense experiència remunerada en periodismo	17	4,2
Menys de dos anys	44	10,8
Entre 2 i 5 anys	79	19,4
Entre 6 i 15 anys	130	31,9
Entre 16 i 20 anys	43	10,6
Més de 20 anys	94	23,1
TOTAL	407	100

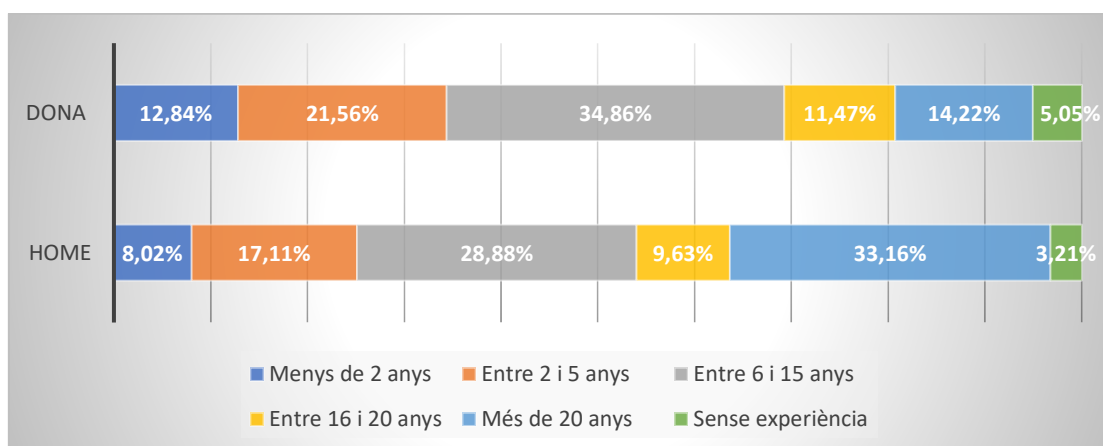
Si s'observa la variable de gènere, el fet que la xifra de dones dedicades al periodisme sigui més baixa a partir dels 40 anys d'edat (vegeu gràfic 1) fa que, com a conseqüència, les carreres professionals de les dones en el sector del periodisme siguin també menys extenses que les dels homes. Això s'observa clarament en el fet que un 33,16% d'homes porten més de 20 anys treballant com a periodista, mentre que només un 14,22% de dones supera les dues dècades dins la professió (gràfic 4).

En canvi, en correspondència amb la progressiva feminització detectada entre els periodistes més joves, en totes les franges per sota dels 20 anys d'experiència professional hi ha una clara majoria femenina. Per començar, un 12,8% de les enquestades té menys de dos anys de carrera professional, per davant de només un 8,02% dels homes. També hi ha un 21,56% de dones que porta entre dos i cinc anys treballant, mentre que en el cas dels homes la xifra cau fins al 17,11%. A més, les participants femenines també compten amb percentatges més elevats en la franja d'entre sis i quinze anys d'experiència (un 34,86%, davant d'un 28,88% en el cas dels homes) i en l'interval d'entre 16 i 20 anys, malgrat que en aquest cas la diferència és menor: hi ha un 11,47% de dones i un 9,63% d'homes.

Es pot comprovar, per tant, que els homes només representen el principal percentatge a partir dels 20 anys d'experiència, mentre que fins llavors les dones són clarament majoritàries. Les dades ens dibuixen, doncs, un retrat de la professió en el qual les dones tenen una major presència entre els professionals joves i amb poca experiència, però a mesura que augmenta la piràmide d'edat i els anys d'experiència professional es produeix una clara masculinització.

Finalment, també destaca el fet que hi ha un major percentatge de dones que mai ha tingut feina remunerada com a periodista (un 5,05%), mentre que en el cas dels homes la xifra és d'un 3,21%.

Gràfic 4. Relació de variables entre gènere i anys d'experiència professional



4.1.2 Característiques del mercat laboral

Aquest segon subapartat descriu les característiques del mercat laboral amb què es troben els participants prenent com a referència les variables de tipus de mitjà, àmbit territorial i titularitat de l'empresa. Totes elles s'han creuat amb algunes de les variables sociodemogràfiques ja analitzades -especialment les d'edat i gènere- per tal de dibuixar-ne un retrat més acurat. Els resultats indiquen que la premsa continua essent la principal font d'ocupació, tot i que creixen els llocs de treball en mitjans digitals i gabinets de comunicació i s'ha de tenir en compte que un terç dels participants es veuen abocats a la pluriocupació. També s'observa que els mitjans de proximitat (locals, comarcals i provincials) són els que ofereixen més llocs de treball, especialment entre els joves, i que les empreses privades generen més ocupació que les públiques.

4.1.2.1. Gabinetes i mitjans digitals, nous nínxols d'ocupació

Igual que succeïa en anteriors estudis, la premsa se situa com la principal font d'ocupació entre els professionals enquestats, tot i que es detecta un ràpid creixement dels mitjans digitals i gabinets de comunicació, que en els darrers anys s'han anat situant com dues de les principals sortides de futur entre els joves graduats. Menys pes ocupacional tenen, en canvi, els mitjans audiovisuals (ràdio i televisió) i les agències de notícies. Aquests percentatges s'han obtingut a través d'una pregunta amb resposta múltiple, ja que, a causa dels alts percentatges d'autònoms, col·laboradors i contractes temporals (vegeu taula 4.9),

s'ha de tenir en compte que molts professionals poden treballar per a més d'un tipus de mitjà alhora. Més endavant s'analitzaran també els graus de pluriocupació (vegeu taula 4.6).

Tot i la forta crisi que, com s'ha observat en el marc teòric, ha patit la premsa durant l'última dècada, aquesta es manté com el primer sector d'ocupació entre els enquestats, ja que un 27,13% afirma treballar per un mitjà imprès. Es confirma, doncs, la tendència apuntada per anteriors estudis com *El Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya* (Soler et al, 2006) i *The Ethical Values of Journalists* (Alsius et al, 2010), en què la premsa també representava el sector amb més pes laboral, tot ocupant un 44,3% i un 30% dels periodistes, respectivament. Tot i això, el fet que en aquesta ocasió el percentatge sigui menor evidencia que es tracta d'un sector que està perdent rellevància ocupacional.

En canvi, els mitjans digitals i els gabinets de comunicaci3 han experimentat un creixement exponencial des de l'any 2006 fins a l'actualitat, fins a convertir-se en la segona i tercera font d'ocupaci3, respectivament, dels periodistes catalans, a una distància cada cop més curta de la premsa. Segons *El Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya* (Soler et al, 2006), l'any 2006 només un 1,9% dels periodistes catalans treballava en mitjans digitals, una xifra que va augmentar fins al 12,2% el 2010 (Alsius et al, 2010). Seguint aquesta evoluci3, la present enquesta indica que hi ha un 25,65% de professionals que treballa per a mitjans *online*, de manera que aquest sector ja suposa una quarta part dels llocs de treball i se situa només a dos punts percentuals de la premsa. Pel que fa als periodistes que treballen en gabinets de comunicaci3, la xifra també ha augmentat considerablement: l'any 2006 donaven feina a només un 12% dels professionals (Soler et al, 2006), mentre que, segons les dades de la present enquesta, ara arriben a un 19,88%. Tot i això, hi ha un debat obert tant en el món acadèmic com el professional sobre si la comunicaci3 corporativa ha de ser considerada o no una forma de periodisme. El treball d'Alsius et al (2010), per exemple, no els va tenir en compte.

Amb relació als mitjans audiovisuals, la ràdio i la televisió suposen, respectivament, la quarta i la cinquena font d'ocupació dels periodistes enquestats. En el cas de l'ocupació radiofònica, ha experimentat un descens continuat: el 2006 treballava a la ràdio un 17,9% dels periodistes catalans (Soler et al, 2006), l'any 2010 aquest mitjà donava feina a un 12,7% (Alsius et al, 2010) i, segons la present enquesta, actualment hi treballen un 11,52% dels professionals. En el cas del mitjà televisiu, les dades evidencien un comportament més irregular: l'any 2006 treballaven en aquest sector un 11,5% dels professionals (Soler et al, 2006), l'any 2010 el percentatge es disparava fins a un 21,5% (Alsius et al, 2010) i en la present recerca afirmen treballar-hi un 10,59% dels enquestats. Per tant, malgrat haver experimentat oscil·lacions, el percentatge actual continua essent molt similar al de fa catorze anys.

Finalment, les agències de notícies són el tipus de mitjà que genera un menor percentatge d'ocupació. Segons la present enquesta, només un 5,2% dels participants treballa en una agència de notícies, mentre que l'any 2006 eren un 2,4% (Solet et al, 2006) i el 2010 suposaven un 14,5% (Alsius et al, 2010). Els estudis de Soler i Alsius reflecteixen que anys enrere el percentatge de periodistes ocupats en agències de notícies era superior al de mitjans digitals o gabinets de comunicació, però, com s'ha vist prèviament, actualment la situació s'ha invertit.

Taula 4.5 Tipus de mitjà⁶

	Freqüència	Percentatge sobre el total de respostes
Premsa	146	27,13
Mitjans digitals	138	25,65
Gabinets de comunicació	107	19,88
Ràdio	62	11,52

⁶ Pregunta de resposta múltiple

Televisió	57	10,59
Agències de notícies	28	5,2
TOTAL	538	100

a) Joves i mitjans digitals

Creuant les variables del tipus de mitjà i l'edat, es pot comprovar com els principals nínxols d'ocupació varien en funció de l'edat dels participants (vegeu gràfic 5). Per als periodistes més joves -és a dir, els menors de 25 anys i els que en tenen entre 26 i 40-, la principal font d'ocupació són els mitjans digitals, mentre que per al col·lectiu més veterà -el de 41 a 64 anys-, la primera font de treball és la premsa.

Segons els resultats de l'enquesta, els participants més joves (fins als 25 anys) tenen el percentatge més elevat de treballadors en mitjans digitals, amb un 30,33 %. Per tant, gairebé un terç dels enquestats de la franja d'edat més baixa treballa en l'àmbit digital. Aquest percentatge es redueix lleugerament en el col·lectiu d'entre 26 i 40 anys, tot situant-se en un 28,01%, tot i que per a aquest grup d'edat els mitjans digitals també són la principal font d'ocupació. En canvi, a partir dels 41 anys el percentatge de treballadors digitals cau fins a un 24,8%. En aquest col·lectiu més veterà, la primera font d'ocupació és la premsa, que dona feina a un 36,19% dels enquestats, i els mitjans digitals se situen en segona posició (19,63%), gairebé empatant amb els gabinets de comunicació (19,01%). Per la seva banda, el percentatge d'ocupació en premsa es redueix considerablement entre els treballadors més joves, ja que només un 22,34% dels participants d'entre 26 i 40 anys i un 25,84% dels menors de 25 té feina en aquest sector.

En el cas de la televisió, les diferències en funció de l'edat també són destacables. El percentatge més elevat de treballadors televisius es troba entre els menors de 25 anys, ja que un 15,73% declara tenir feina en aquest tipus de mitjà. En aquest cas, la xifra també es redueix de forma progressiva amb l'edat, ja que només un 11,34% dels participants

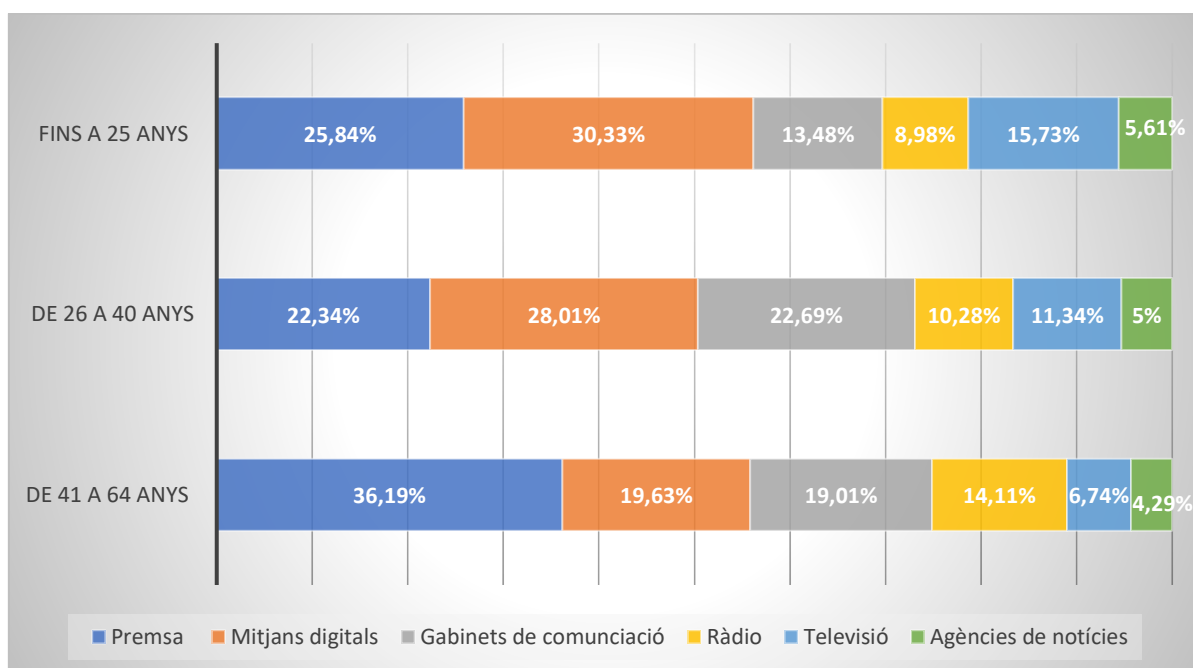
d'entre 26 i 40 anys declara treballar en l'àmbit televisiu, i en el cas del col·lectiu d'entre 41 i 64 anys tan sols ho fa un 6,74%.

En l'àmbit dels gabinets de comunicació, qui té un major percentatge de treballadors és el col·lectiu de 26 a 40 anys, amb un 22,69%, seguit dels de 41 a 64 anys, amb un 19,01%, i en darrer lloc hi ha els menors de 25 anys, amb només un 13,48%. D'aquestes dades se'n pot extreure, doncs, que els gabinets de comunicació són una font d'ocupació principalment per als periodistes de mitjana edat i veterans, però no per als més joves. Aquesta dada es pot relacionar amb les reflexions d'alguns participants en les entrevistes en profunditat, que assenyalen que entre els professionals més joves hi ha una gran voluntat de treballar en mitjans per una qüestió vocacional.

A la ràdio, d'altra banda, predominen els professionals més veterans. Un 14,11% dels membres del grup d'entre 41 i 64 anys d'edat afirma treballar en una emissora radiofònica, mentre que en el cas dels menors de 25 anys i el col·lectiu d'entre 26 i 40 anys els percentatges només suposen un 8,98% i un 10,28% respectivament. Finalment, en el cas de les agències de notícies, no s'observen diferències destacables entre els diferents grups d'edat: hi treballen 5,61% dels menors de 25 anys, un 5,31% del grup d'entre 26 i 40 anys i un 4,29 % del col·lectiu de 41 a 64 anys.

Cal advertir, també, que les dades corresponents als majors de 65 anys no s'han tingut en compte perquè, a l'haver-hi només cinc respostes, no es consideren rellevants en l'àmbit estadístic.

Gràfic 5. Relació de variables entre edat i tipus de mitjà⁷



b) Més presència femenina en gabinets i televisió

Si s'observa el tipus de mitjà en funció del gènere, es pot comprovar que les dones tenen percentatges d'ocupació més elevats que els homes en gabinets de comunicació i en televisió. En canvi, el col·lectiu masculí té una major presència en el sector de la premsa, els mitjans digitals i la ràdio. En el cas de les agències de notícies, es produeix un empat tècnic (vegeu gràfic 6).

La premsa és la principal font d'ocupació per als dos gèneres, tot i que el percentatge d'homes que hi treballa (29,2%) és superior al de dones (25,61%). Entre el gènere femení, el segon sector en matèria d'ocupació són els gabinets de comunicació: hi treballa un 23,85% de les dones, mentre que en el cas dels homes el percentatge només arriba a un 14,8%. Aquesta diferència de gairebé deu punts percentuals, doncs, permet afirmar que el sector dels gabinets de comunicació està majoritàriament feminitzat. Aquesta

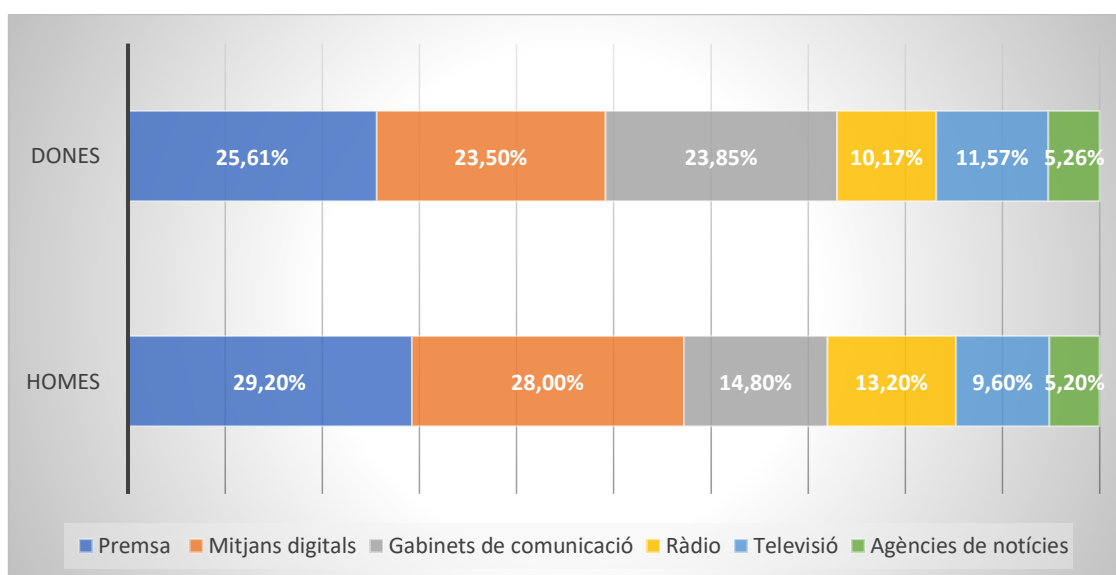
⁷ Les dades dels majors de 65 anys no s'inclouen per haver obtingut menys de deu respostes

feminització també es pot observar, tot i que en menor mesura, en l'àmbit televisiu, on el percentatge de dones (11,57%) també és superior al d'homes (9,6%).

Per als homes, en canvi, el segon àmbit d'ocupació són els mitjans digitals: hi treballen un 28% dels participants masculins, mentre que en el cas de les dones el percentatge cau fins al 23,5%. Pel que fa a la ràdio, també presenta una major presència d'homes (13,2%) que de dones (10,17%), tot i que no es tracta d'una diferència destacable.

Finalment, en el cas de les agències de notícies, els dos gèneres presenten percentatges pràcticament idèntics d'ocupació: hi treballen un 5,26 % de les dones i un 5,2 % dels homes.

Gràfic 6. Relació de variables entre gènere i tipus de mitjà



c) La pluriocupació, un fenomen habitual

L'ús de la pregunta amb resposta múltiple permet veure que la pluriocupació és força habitual entre els participants, ja que un terç dels enquestats treballa per més d'un tipus de mitjà i només un 66,65% ho fa per a un de sol (vegeu taula 4.6). Dos de cada deu

professionals, un 21,13%, treballen per a dos tipus de mitjans diferents i un 6,63% combina tres tipus de mitjans. També hi ha dos participants (0,49%) que declaren treballar per a quatre tipus de mitjans diferents, i un (0,24%) ho fa per a sis tipus de mitjans.

Taula 4.6 Grau de pluriocupació

	Freqüència	Percentatge
Un sol mitjà	271	66,5
Dos tipus de mitjans	86	21,13
Tres tipus de mitjans	27	6,63
Quatre tipus de mitjans	2	0,49
Cinc tipus de mitjans	0	0
Sis tipus de mitjans	1	0,24
TOTAL RESPOSTES VÀLIDES	387	94,99
En blanc	20	4,91
TOTAL RESPOSTES	407	100

Entre els periodistes que treballen per a un sol tipus de mitjà, el principal percentatge (18,86%) correspon a aquells que estan ocupats en gabinets de comunicació⁸. Així doncs, els periodistes que es dediquen a la comunicació corporativa tendeixen menys a la pluriocupació que no pas la resta, que estan més avesats a combinar diversos tipus de mitjans. A continuació hi ha un 17,57% que només treballa per a mitjans escrits, un 13,95% que només es dedica a mitjans digitals, un 8,27% que està únicament ocupat a la

⁸ La taula que relaciona pluriocupació i tipus de mitjà es pot consultar a l'annex

televisió, un 7,49% que treballa exclusivament per a una emissora de ràdio i un 3,88% que es dedica només a agències de notícies.

Pel que fa als periodistes que treballen per a dos tipus de mitjans, la combinació més habitual, amb molta diferència, és treballar per a premsa i mitjans digitals, ja que ho fa un 11,11% del total d'enquestats. A continuació hi ha els que combinen la seva tasca en mitjans digitals i gabinets de comunicació (2,58%) i, en tercer lloc, els que treballen alhora per emissores de ràdio i televisió (1,81%). Amb relació als professionals que combinen tres tipus de mitjans, la combinació més freqüent és la de premsa impresa, mitjà digital i gabinet de comunicació (1,81%). Finalment, també destaca el fet que hi ha 34 professionals (un 8,78% del total) que combinen feina en gabinets de comunicació amb algun tipus de mitjà, malgrat els possibles conflictes d'interès que es poden despendre d'aquesta situació.

L'edat és una altra variable important a l'hora de determinar el grau de pluriocupació, ja que les dades indiquen que el nivell és superior en les franges d'edat més joves, mentre que es redueix a partir dels 41 anys. Així, el percentatge més elevat de periodistes que treballa per a dos tipus de mitjans diferents correspon als menors de 25 anys (24,56%), seguit dels que tenen entre 26 i 40 anys (22,66%) i, en darrer lloc, del col·lectiu d'entre 41 i 64 anys (20,16%). El mateix passa amb els que treballen per a tres tipus de mitjans, on els percentatges més elevats també corresponen als menors de 25 anys (8,77%) i de 26 a 40 anys (7,38%), mentre que a partir dels 41 anys cau fins a un 5,69%. Si s'observen les dades de professionals que treballen per a un sol tipus de mitjà, lògicament, succeeix el contrari: el principal percentatge correspon als treballadors d'entre 41 i 64 anys (74,19%), mentre que en el grup de 26 a 40 anys disminueix fins a un 69,54% i entre els menors de 25 anys cau fins al 63,15%.

En darrer lloc, agafant la variable del gènere, s'observa que el grau de pluriocupació és lleugerament superior en el cas de les dones, però per una diferència tan mínima que es pot afirmar que els dos gèneres presenten un nivell similar. Així, el percentatge d'homes que treballa per a un sol tipus de mitjà és d'un 72,2%, mentre que les dones es troben

només un punt percentual per sota (71,11%). En canvi, hi ha més dones que treballen per a dos tipus de mitjans (un 23,52%) que no pas homes (20,44%), tot i que la diferència torna a ser molt petita. En el cas de treballar per a tres tipus de mitjans, els percentatges són molt similars: ho fa un 7,18% dels homes i un 6,86% de les dones.

4.1.2.2 Els mitjans locals, un motor laboral

Amb relació a l'àmbit territorial de les empreses per a les quals treballen els participants, el principal percentatge correspon als que estan empleats en mitjans d'abast local, comarcal o provincial (37,65%), seguit dels que treballen en empreses d'àmbit català (31,89%) i d'abast espanyol (18,72%) (vegeu taula 4.7). Finalment, el menor percentatge correspon als periodistes que treballen per a mitjans internacionals (11,72%). En aquest cas, igual que en el tipus de mitjà, s'ha optat per una pregunta de resposta múltiple, ja que els professionals poden treballar per dos o més mitjans d'àmbits territorials diferents.

Taula 4.7 Àmbit territorial⁹

	Freqüència	Percentatge sobre el total de respostes
Local/comarcal/provincial	183	37,65
Català	155	31,89
Espanyol	91	18,72
Internacional	57	11,72
TOTAL	486	100

⁹ Pregunta de resposta múltiple

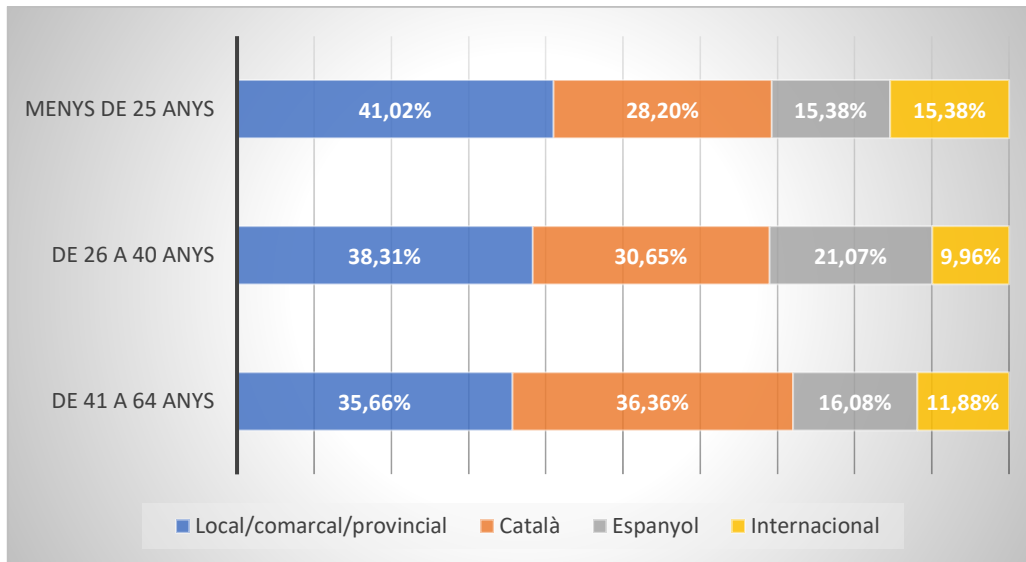
La variable de l'edat permet comprovar com les noves generacions de periodistes troben, majoritàriament, les seves primeres feines en mitjans d'àmbit local, comarcal o provincial (vegeu gràfic 7). En aquest sentit, els mitjans de proximitat són la primera font d'ocupació entre els dos col·lectius més joves, ja que hi treballen un 41,02% dels enquestats menors de 25 anys i un 38,31% dels que tenen entre 26 i 40 anys.

En canvi, el percentatge de treballadors de mitjans de proximitat cau lleugerament -fins a un 35,66%- a partir dels 41 anys. Per al col·lectiu més veterà, els mitjans locals, comarcals o provincials no són la principal font d'ocupació sinó la segona, ja que, per poca diferència, el primer lloc correspon als mitjans d'abast català, que donen feina a un 36,36% dels integrants d'aquest grup d'edat. En canvi, entre els menors de 40 anys, la xifra de treballadors de mitjans d'àmbit català se situa al voltant del 30%.

D'altra banda, els joves de menys de 25 anys són els que més treballen en mitjans d'abast internacional: ho fa un 15,38 %, una xifra superior al 9,96% dels de 26 a 40 anys o de l'11,88% corresponent al col·lectiu de 41 a 64 anys. Factors com l'entrada en funcionament de l'Espai Europeu d'Educació Superior amb el Pla Bolonya (2008), les facilitats de mobilitat universitària i laboral propiciades per les institucions europees o la major presència d'estudis d'idiomes durant l'etapa universitària poden explicar aquesta situació.

En darrer lloc, el col·lectiu dels 26 als 40 anys és el que té una major presència entre els mitjans d'abast espanyol (21,07%), per davant dels joves menors de 25 anys (15,38%) i dels de 41 a 64 anys (16,08%).

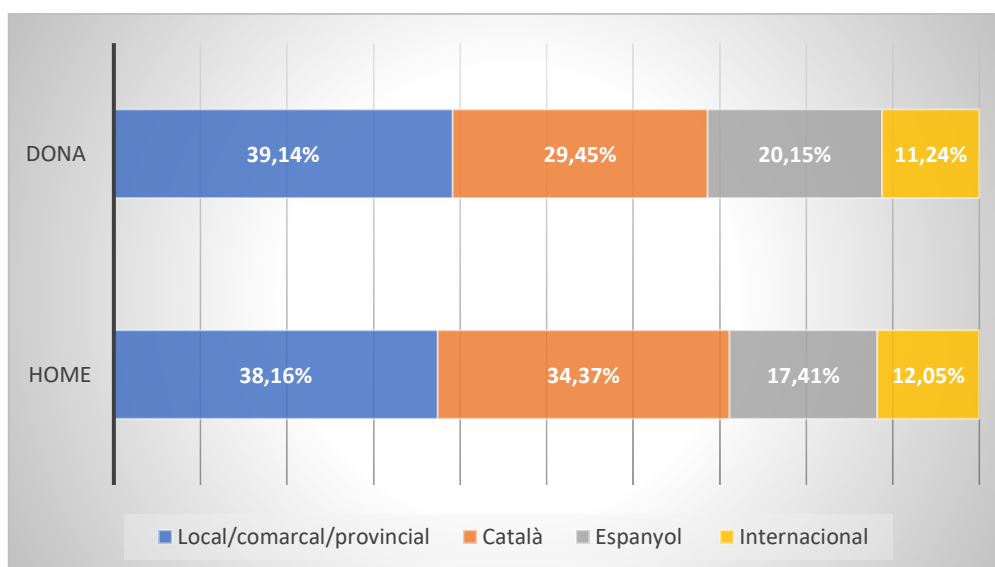
Gràfic 7. Relació de variables entre edat i àmbit territorial



Analitzant la variable de gènere, es pot comprovar com les dones tenen una major presència en les empreses d'àmbit local, comarcal o provincial (un 39,14% treballen en aquest tipus de mitjans, davant d'un 36,16 % dels homes) i també en les d'àmbit espanyol, on treballen un 20,15 % de les dones i un 17,41% dels homes (vegeu gràfic 8).

En canvi, els homes treballen majoritàriament en mitjans d'abast català (un 34,37% vers un 29,45% de les dones) i en mitjans internacionals (12,05%, davant d'un 11,24% de dones). Aquestes dades adquireixen rellevància perquè, tal com es veurà al gràfic 33, els mitjans d'àmbit català -on, com s'ha vist, treballen més homes- són els que ofereixen uns millors salaris, mentre que els locals, comarcals i provincials, on les dones registren el seu major percentatge, són els que tenen uns sous més reduïts.

Gràfic 8. Relació de variables entre gènere i àmbit territorial



4.1.2.3 Més ocupació privada que pública

Amb relació a la titularitat de l'empresa, els resultats de l'enquesta permeten determinar, igual que es reflecteix en anteriors estudis, que el sector privat genera un major volum d'ocupació que el públic (vegeu taula 4.8). Segons els resultats obtinguts, la majoria de participants, un 68,4%, treballa per a mitjans privats, mentre que només una quarta part (un 24,7%) ho fa per a empreses públiques. El 6,97% restant, que ha marcat l'opció d'"altres", inclou treballadors d'empreses de titularitat mixta, del tercer sector, ONGs i entitats sense ànim de lucre, cooperatives, partits polítics i clubs esportius, entre altres.

Es tracta de xifres que no s'allunyen massa de les obtingudes anteriorment: segons el *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*, l'any 2006 hi havia un 29% de periodistes treballant en empreses públiques i un 60,4% fent-ho en privades (Soler et al, 2006), mentre que l'any 2010 la diferència s'havia reduït, amb un 33,3% d'empleats al sector públic i un 66,7% al privat (Alsius et al, 2010). Les dades actuals demostren que, des de llavors, els percentatges s'han mantingut bastant estables.

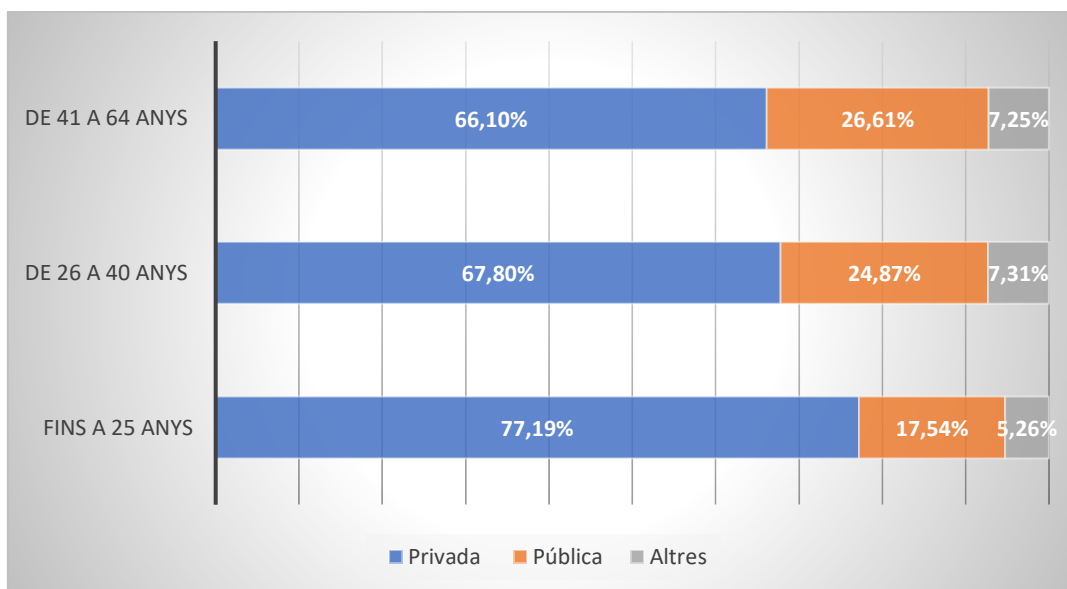
Taula 4.8 Titularitat de l'empresa

	Freqüència	Percentatge
Privada	266	68,4
Pública	96	24,7
Altres	27	6,94
TOTAL	389	100

Malgrat que totes les franges d'edat presenten majors percentatges d'ocupació a l'empresa privada que a la pública, es detecta una influència de la variable d'edat (vegeu gràfic 9): els participants més joves solen treballar més freqüentment en empreses privades, mentre que a mesura que augmenta l'edat dels participants hi ha majors percentatges d'ocupació en empreses públiques, que, com es veurà, són les que tenen més estabilitat i millors salaris.

Així doncs, el grup d'edat més jove (fins a 25 anys) presenta el percentatge més elevat de treballadors en empreses privades (un 77,19%); una xifra que va decaient a mesura que l'edat augmenta, situant-se en un 67,8% en el cas dels periodistes de 26 a 40 anys i baixant fins al 66,1% en el grup d'entre 41 a 64 anys. En canvi, en el sector públic passa exactament el contrari: el col·lectiu de menors de 25 anys té el percentatge més baix (17,54%), mentre que la xifra augmenta de forma progressiva entre els col·lectius més veterans: en el cas de la franja dels 26 als 40 anys, el percentatge de treballadors d'empreses públiques se situa en un 24,87%, i en el col·lectiu de 41 a 64 anys, s'eleva fins a un 26,61%.

Gràfic 9. Relació de variables entre edat i titularitat de l'empresa¹⁰



4.1.3 Condicions laborals dels professionals

Aquest tercer subapartat analitza les condicions de treball que caracteritzen el mercat laboral del sector periodístic a Catalunya. Per a fer-ho, primer s'analitza el grau d'estabilitat dels treballadors a través de les variables de la situació laboral i el tipus de contracte, a continuació s'observen les categories laborals que ostenten els professionals i finalment es radiografien les franges salarials i les desigualtats que es generen en funció de les diferents variables analitzades.

4.1.3.1 Falta d'estabilitat: escassetat de contractes a temps complet

Els resultats de l'enquesta indiquen que els participants es troben amb un elevat grau d'inestabilitat en les seves condicions laborals (vegeu taula 4.9). Només la meitat - exactament un 50% - manifesta tenir un contracte laboral a temps complet, mentre que un 7,6% el té a temps parcial. Per tant, només sis de cada deu -un 57,6%- dels enquestats treballa amb l'estabilitat que suposa el fet de tenir algun tipus de contracte. El 42,4%

¹⁰ Els majors de 65 anys s'han exclòs perquè només tenien cinc respostes

restant es troba en situacions més o menys inestables: autònoms, fent col·laboracions remunerades i/o no remunerades, amb contractes de pràctiques, a l'atur o jubilats.

Entre els participants que no disposen de contracte laboral, el principal col·lectiu són els autònoms, situació en què es troben un 19% del total de participants. Es tracta d'una xifra que ha anat a l'alça en els últims anys: l'any 2006 suposaven un 14,5% dels professionals (Soler et al, 2006), mentre que l'any 2010 van créixer fins al 19,5% (Alsius et al, 2010); una xifra molt similar a la que s'ha obtingut ara. S'ha de tenir en compte, tanmateix, que en la present enquesta hi ha 6,2% d'enquestats que realitza col·laboracions remunerades en mitjans de comunicació -tot i que no paga quota d'autònom- i un 2,2% que fa col·laboracions de forma gratuïta, sense rebre cap compensació econòmica. Si se sumen tots tres supòsits -autònoms i col·laboradors remunerats i no remunerats-, el percentatge s'eleva fins a un 27,4%.

D'altra banda, hi ha un 2% dels enquestats que tenen contracte de pràctiques, una xifra superior a la de 2006, quan suposaven un 0,6% (Soler et al, 2006), o la de 2010, quan significava només un 0,2% (Alsius et al, 2010). S'ha de tenir en compte, a més, que la present enquesta no anava dirigida a estudiants universitaris, sinó a persones que haguessin acabat ja la seva formació o que percebessin més del 50% dels seus ingressos de la seva feina en mitjans de comunicació. Per tant, part d'aquest 2% pot correspondre a persones que ja han acabat el seu grau universitari i malgrat això segueixen amb contracte de pràctiques. Les dades indiquen, d'altra banda, que també hi ha un 4,7% de periodistes que es troben a l'atur, un percentatge més elevat que el de 2010, quan se situava en un 3,2% (Alsius et al, 2010). També hi ha un 1,2% de jubilats.

Finalment, el 7,1% restant es troba en altres tipus de situacions laborals, generalment precàries: substitucions, "falsos autònoms" -és a dir, professionals que estan donats d'alta com a autònoms i treballen sense contracte però per a una única empresa-, en procés d'ERO, prejubilats, interins o buscant feina malgrat que se'ls ha acabat la prestació de l'atur, segons consta en algunes de les respostes. Només hi ha algunes excepcions no precàries, com una persona en excedència per cura de fills o una altra que està de baixa.

Taula 4.9 Situació laboral

	Freqüència	Percentatge
Contracte laboral a temps complet	203	50
Autònom	77	19
Contracte laboral a temps parcial	31	7,6
Col·laboracions remunerades	25	6,2
A l'atur	19	4,7
Col·laboracions no remunerades	9	2,2
Contracte de pràctiques	8	2
Jubilat	5	1,2
Altres	29	7,1
TOTAL	406	100

a) Uns inicis poc estables

La variable d'edat és un factor clau amb relació a la situació laboral (vegeu gràfic 10). Els participants més joves -és a dir, fins als 25 anys- són els que es troben en una situació més inestable: compten amb el menor percentatge de contractes a temps complet, que sovint van lligats a un millor salari (com es veurà en el gràfic 36), i en canvi són els que registren un major percentatge d'atur, tenen més contractes a temps parcial i es veuen més abocats a fer col·laboracions, tant remunerades com no remunerades. A partir dels 26 anys, els contractes a temps complet comencen a ser més freqüents, tot i que els percentatges segueixen essent relativament baixos al llarg de totes les franges d'edat. Dels

resultats se'n pot desprendre, doncs, que la inestabilitat és present al llarg de tota la trajectòria professional de bona part dels enquestats.

Menys d'un terç dels participants menors de 25 anys (un 29,31%) declara tenir un contracte a temps complet, xifra que creix fins al 50,47% entre els 26 i els 40 anys i se situa en un 60,47% en el cas del col·lectiu més veterà, d'entre 41 i 64 anys. Per tant, es pot observar com, per a la majoria de participants, un contracte a temps complet no és quelcom fàcil d'aconseguir a l'inici de la seva carrera professional, sinó que requereix una trajectòria llarga i, de tota manera, només sis de cada deu enquestats de més de 40 anys arriba a aconseguir-lo.

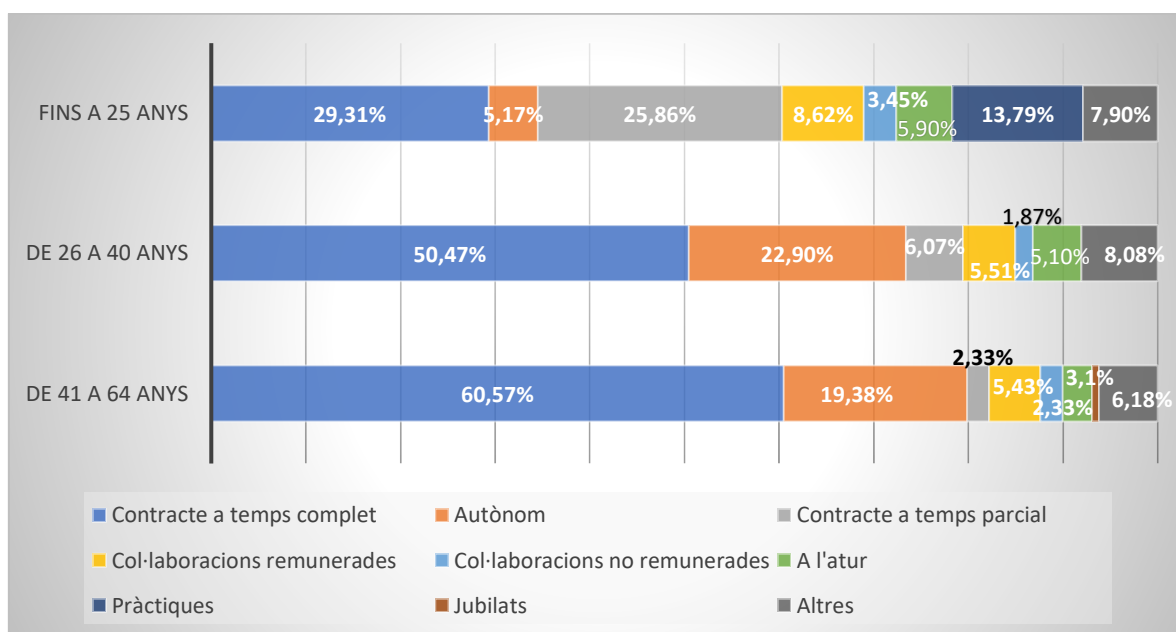
En canvi, entre els menors de 25 anys hi ha un grau de contractació a temps parcial molt més elevat que en la resta de franges d'edat. Un 25,86% dels membres d'aquest col·lectiu afirma tenir un contracte d'aquestes característiques, mentre que el percentatge es redueix fins a un 6,07% en el cas del col·lectiu d'entre 26 i 40 anys i un 2,33% en la franja dels 41 als 64 anys. El fet que la taxa de natalitat entre les menors de 25 anys sigui molt baixa, ja que només un 3,07% de les dones que van ser mares a Catalunya l'any 2018 es trobava per sota d'aquesta edat (Instituto Nacional de Estadística, INE, 2018), permet pensar que no es tracta de contractes parcials voluntaris per tenir cura de la família.

El percentatge d'autònoms, en canvi, és superior a les franges d'edat més veteranes que no pas entre els joves. Entre els menors de 25 anys, només hi ha un 5,17% que manifestin treballar per compte propi, mentre que entre els 26 i els 40 anys el percentatge creix fins a un 22,09% i entre els que en tenen entre 41 i 64 se situa en un 19,38%. Aquestes dades s'expliquen perquè, tal com indiquen alguns participants en les entrevistes en profunditat, per a molts d'ells l'opció de fer-se autònom no és una decisió voluntària, sinó a la qual es veuen abocats de forma progressiva davant les dinàmiques del mercat de treball, fet que no els deixa cap altra opció.

Els més joves, en canvi, tenen el percentatge més alt de participants que fan col·laboracions amb mitjans de comunicació, tant remunerades com no remunerades, sense tenir contracte laboral ni pagar la quota d'autònoms. Així, un 8,62% dels menors de 25 anys afirma fer col·laboracions retribuïdes en algun mitjà, mentre que només ho fa un 5,51% del col·lectiu d'entre 26 i 40 anys i un 5,43% del grup d'entre 41 i 64 anys. Amb les col·laboracions no remunerades passa quelcom similar: un 3,45% dels joves menors de 25 anys es troba en aquesta situació, xifra que es redueix fins a l'1,87% en el grup d'entre 26 i 41 anys. Tot i això, el percentatge creix fins a un 2,33% en el cas d'entre 41 i 64 anys. En aquesta darrera franja d'edat, tanmateix, alguns casos es poden correspondre al fet que es tracta de professionals amb una trajectòria consolidada, amb un cert reconeixement i nivell d'expertesa -i, com es veurà al gràfic 31, amb uns salaris més elevats- que poden permetre's fer col·laboracions amb altres mitjans sense necessitar una remuneració econòmica.

També el percentatge d'atur és més elevat entre el col·lectiu més jove. Un 5,9% dels menors de 25 anys estan buscant feina, mentre que en el cas del grup d'entre 26 i 40 anys la xifra se situa en un 5,1%. En canvi, el percentatge només cau a la franja d'edat d'entre 41 i 64 anys, amb un 3,1%. Finalment, en el cas dels estudiants en pràctiques no hi ha sorpresa: un 13,79% dels menors de 25 anys es troba en aquesta situació, percentatge que és relativament comprensible tenint en compte que molts d'ells just han acabat la carrera. En canvi, a partir dels 26 anys, no hi ha cap participant que declari trobar-se en aquesta situació. El mateix passa amb els jubilats: un 80% dels majors de 65 anys ho estan, mentre que en les altres franges d'edat no hi ha cap percentatge significatiu.

Gràfic 10. Relació de variables entre edat i situació laboral¹¹



b) Les dones, víctimes de la inestabilitat

La comparativa per gèneres permet observar que els homes tenen els percentatges més elevats de contractes a temps complet, d'autònoms i de col·laboradors -tant remunerats com no remunerats-, mentre que entre les dones hi ha majors quantitats de contractes a temps parcial i de contractes de pràctiques, a més de tenir un percentatge d'atur més elevat (vegeu gràfic 11). De tot plegat se'n desprèn que, amb relació a la variable de la situació laboral, les dones experimenten un grau més elevat d'inestabilitat que els homes, tot i que les diferències no són tan significatives com en el cas de l'edat.

La contractació a temps complet, que sol representar una major font d'ingressos (com es veurà en el gràfic 35), és la situació laboral més habitual per als dos gèneres. Existeix, però, una diferència percentual entre homes i dones, malgrat que no és molt gran: mentre que un 51,34% dels homes té aquest tipus de contracte, en el cas de les dones només arriba a un 48,39%; és a dir, menys de la meitat. En canvi, en el cas dels contractes a temps parcial passa exactament el contrari: es troben en aquesta situació un 9,68% de dones i només un 5,35% d'homes. Per tant, malgrat que en ambdós casos la contractació

¹¹ Els majors de 65 anys no s'inclouen per haver rebut menys de deu respostes

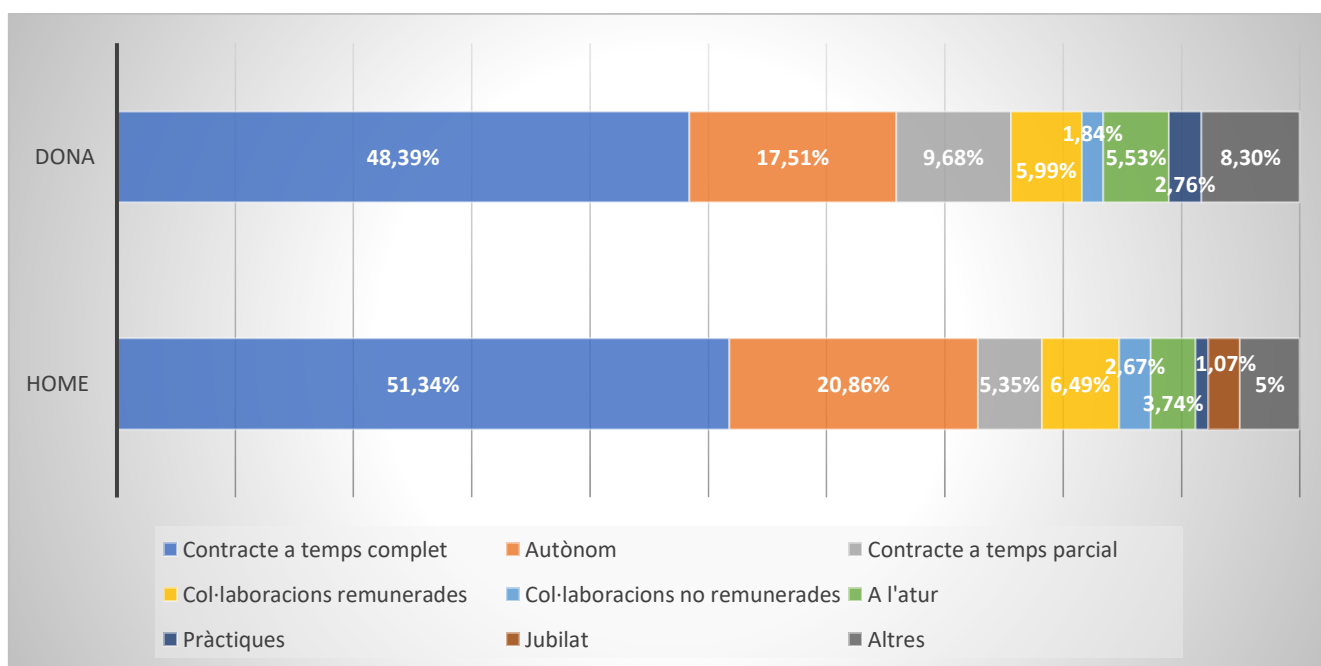
a temps complet és la fórmula més freqüent, aquesta és més habitual entre els homes, mentre que entre les dones hi ha més contractació parcial.

Entre el gènere masculí també hi ha un major percentatge d'autònoms, malgrat que en aquest cas la diferència tampoc és molt destacada: opten per aquesta fórmula un 20,86% dels homes -és a dir, dos de cada deu professionals-, mentre que en el cas de les dones ho fa un 17,51%. En ambdós casos, aquesta és el segon tipus de situació professional més freqüent, després dels contractes a temps complet. També entre els homes hi ha un percentatge lleugerament més elevat de col·laboradors, tant remunerats -un 6,42%, davant d'un 5,99% de dones en aquesta situació- com no remunerats -un 2,67% versus un 1,84% en el cas de les dones-. En el cas de les col·laboracions, tanmateix, la diferència no es pot considerar significativa.

Pel que fa als estudiants en pràctiques, el percentatge de dones (2,76%) és superior al d'homes (1,07%). Això es pot vincular amb el fet que, com s'ha observat prèviament, entre els menors de 25 anys -que són els que més sovint tenen aquest tipus de contracte- hi ha moltes més noies que nois (vegeu gràfic 1). D'altra banda, en el cas dels jubilats la situació és a la inversa, ja que entre les dones participants no n'hi ha cap que estigui jubilada, mentre que en el cas dels homes n'hi ha cinc. Aquest fenomen també es pot relacionar amb el fet que, com s'ha assenyalat, a partir dels 40 anys, el nombre de dones en la professió es redueix considerablement (vegeu gràfic 1). Finalment, les dones també mostren un major percentatge d'atur (un 5,53%) que els homes (3,74%).

Pel que fa als participants que han marcat l'opció "altres" -un 8,3% en el cas de les dones i un 5% en el cas dels homes-, les situacions són diverses. Entre les dones hi ha, entre altres, contractes d'interinitat, substitucions, excedències per tenir cura de fills i, de forma especial, contractes de pràctiques malgrat haver deixat de ser ja estudiants. En el cas dels homes destaquen, sobretot, els que combinen diferents tipus de contractes a la vegada.

Gràfic 11. Relació de variables entre gènere i situació laboral



c) El nivell de formació, un factor irrellevant

Si s'observa la variable del nivell d'estudis, les dades indiquen que tenir un grau de formació més elevat no significa necessàriament aconseguir una millor situació laboral. Al contrari: de fet, els majors percentatges de contractes a temps complet es troben entre els llicenciats o graduats en matèries alienes al Periodisme i entre els que no tenen estudis universitaris (vegeu gràfic 12). En canvi, el percentatge d'atur és més elevat entre els participants graduats en Periodisme i els que tenen màsters o postgraus.

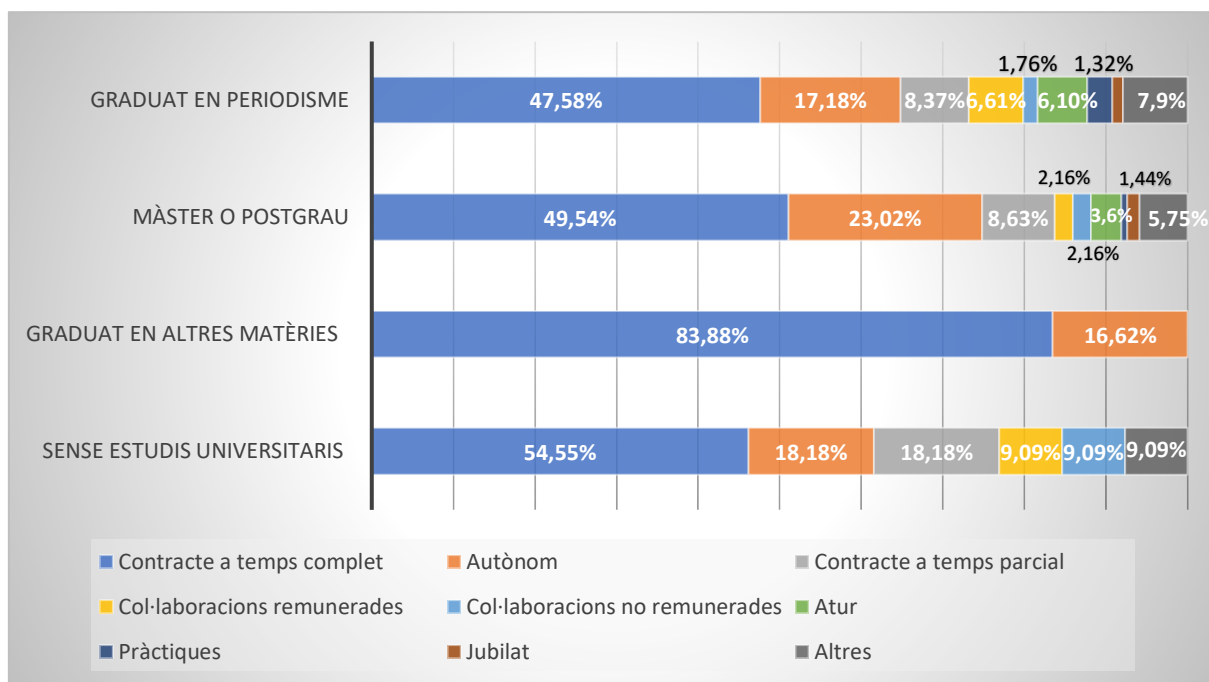
Malgrat que el contracte a temps complet és la figura més habitual en tots els nivells d'estudis, els percentatges més elevats es troben entre els graduats en matèries que no són Periodisme (un 83,33%) i els que no tenen estudis universitaris (54,55%). En canvi, en els percentatges més baixos -els que se situen per sota el 50%- es troben entre els graduats en Periodisme (47,58%) i els que disposen de màsters o postgraus (49,54%). Les dades mostren, doncs, que tenir un major nivell de formació o d'especialització no garanteix un contracte a temps complet, sinó que, com es veurà en el següent subapartat, per aconseguir-lo té més pes la variable dels anys d'experiència professional (vegeu gràfic 13). Un cas a part són els participants amb títol de doctor, ja que malgrat tenir un 66,67%

de contractes a temps complet, el seu baix volum de respostes (només cinc) fa que la xifra no tingui rellevància estadística. En canvi, els participants que són graduats en Periodisme o que compten amb màsters o postgraus són els únics que indiquen tenir contractes a temps parcial, i a més en percentatges molt similars: un 8,37% en el primer cas i un 8,63% en el segon. En la resta de categories, no hi ha cap participant que tingui un contracte a temps parcial. Això pot tenir a veure, tanmateix, amb el fet que el nombre de respostes dels graduats en altres matèries i sense estudis universitaris sigui menor.

Pel que fa als autònoms, els percentatges es mantenen molt similars en totes les categories, malgrat que el primer lloc l'ocupen els que disposen de màster o postgrau (23,02%); és a dir, els més formats. A continuació es troben els que no tenen estudis universitaris (18,18%), els graduats en Periodisme (17,18%) i els graduats en altres matèries (16,67%). Es tracta, generalment, de percentatges tan igualats que no es pot pensar que el nivell d'estudis sigui un factor determinant a l'hora de fer-se autònom.

En matèria de col·laboracions, el principal percentatge correspon als participants que no tenen estudis universitaris, situant-se en un 9,09% tant en el cas de les remunerades com de les no remunerades. En el cas de les col·laboracions remunerades, a continuació es troben els graduats en Periodisme (6,61%) i els que tenen màster o postgrau (5,04%), mentre que cap dels graduats en altres matèries ha respost trobar-se en aquesta situació. Pel que fa a les col·laboracions sense remunerar, la segona posició l'ocupa, precisament, el col·lectiu que té un nivell més alt de formació, els de màsters o postgrau (2,16%), seguit dels graduats en Periodisme (1,76%). Finalment, destaca el fet que els professionals amb una formació més elevada o especialitzada són els que tenen més atur. El percentatge més elevat de gent sense feina es troba entre els graduats en Periodisme (6,1%), seguit dels que tenen màsters o postgraus (3,6%). En canvi, cap membre dels altres col·lectius es troba en aquesta situació.

Gràfic 12. Relació de variables entre nivell d'estudis i situació laboral¹²



d) L'experiència, una porta cap a l'estabilitat

Els anys d'experiència professional són un factor clau a l'hora d'aconseguir una bona situació laboral, ja que els contractes a temps parcial són més freqüents entre els participants que tenen poca experiència laboral i, a mesura que augmenten els anys en la professió, creix també el nombre de contractes a temps complet (vegeu gràfic 13). En aquest sentit, les col·laboracions remunerades també són més habituals entre els que tenen menys anys d'experiència i decreixen a mesura que es porten més anys en la professió, però en el cas de les no remunerades succeeix just al contrari. Tal com s'ha apuntat prèviament, aquest fet es pot atribuir, en part, al fet que els participants de més edat -i, per tant, amb una trajectòria més extensa - són els que tenen millors salaris (com es veurà en el gràfic 31), de manera que es poden permetre fer col·laboracions de forma altruista. La idea que els inicis de la professió són difícils es confirma amb les dades de l'atur, que són especialment elevades entre els que porten menys anys dedicant-se al periodisme.

¹² No s'inclouen els doctors per haver obtingut menys de deu respostes

El fet de tenir un contracte a temps complet es relaciona de forma pràcticament correlativa amb els anys de carrera professional: només un 25% dels que porten menys de dos anys treballant en el sector del periodisme tenen un contracte d'aquestes característiques, xifra que s'incrementa de forma progressiva entre els 2 i els 5 anys (42,31%), entre els 6 i els 15 anys (53,85%) i entre els 16 i els 20 anys (69,77%). A partir dels vint anys de carrera, el percentatge decreix fins al 60,64%, fet que pot estar influït, en part, perquè augmenten les jubilacions (3,19%) i perquè es produeixen altres tipus de situacions particulars, com per exemple les prejubilacions parcials.

En canvi, amb els contractes a temps parcial passa precisament el contrari: són més freqüents a l'inici de la carrera professional i es van reduint a mesura que els participants van adquirint experiència. D'aquesta manera, un 25% dels enquestats que porten menys de dos anys treballant tenen un contracte d'aquest tipus, igual que un 15,18% dels que porten entre 2 i 5 anys en la professió. En canvi, a partir dels cinc anys de carrera els percentatges de contractació parcial es redueixen de forma considerable.

Pel que fa als autònoms, es pot comprovar que, tal com s'observa en la variable d'edat (vegeu gràfic 10), aquesta no és l'opció inicial dels que estan fent els seus primers passos en el món del periodisme. De fet, el percentatge més baix d'autònoms es troba entre els que porten menys de dos anys treballant (un 15,91%), però ja creix fins a un 19,23% entre els que porten de 2 a 5 anys i un 23,85% entre els que en porten entre 6 i 15, que és on es troba el percentatge més elevat.

En canvi, les col·laboracions remunerades -amb remuneracions que no són suficients per haver de pagar la quota d'autònoms- sí que són més freqüents entre els participants que s'estan iniciant en el món del periodisme. Un 9,09% dels enquestats que porten menys de dos anys en el sector es troben en aquesta situació, una xifra molt similar al 8,97% dels que tenen entre 2 i 5 anys d'experiència i que també es dediquen a fer col·laboracions puntuals. A partir d'aquí, la xifra va decreixent, amb un 6,15% en la franja d'entre 6 i 15 anys, un 2,33% entre els que porten de 16 a 20 anys i un 4,26% en el col·lectiu més veterà.

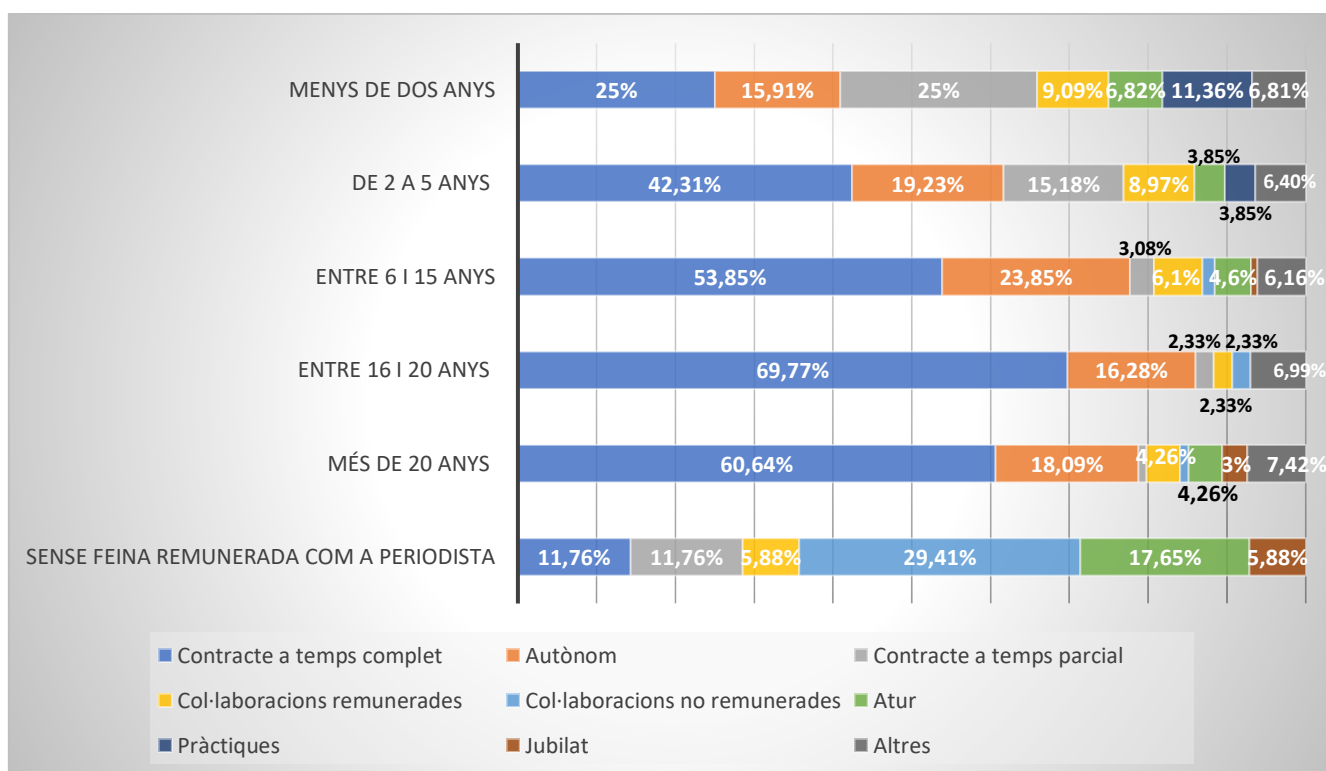
Per tant, les col·laboracions remunerades es poden considerar una manera d'introduir-se en la professió.

Pel que fa a les col·laboracions no retribuïdes, malgrat representar percentatges molt baixos en totes les franges d'experiència professional, s'observa que són més habituals a partir dels sis anys en la professió, ja que entre els participants que porten menys temps treballant com a periodistes no n'hi ha cap que hagi manifestat fer-ne. Tal com s'ha apuntat anteriorment, aquesta circumstància pot ser atribuïble al fet que els col·lectius més veterans estan més ben retribuïts (vegeu gràfic 28), de manera que els seus integrants poden permetre's col·laborar amb altres mitjans sense necessitat de compensació econòmica. Es pot apuntar, doncs, que les col·laboracions no remunerades són més una forma de visibilitat i reconeixement que no pas una via per introduir-se en el sector.

D'altra banda, també es pot observar com la taxa d'atur és especialment elevada entre els participants que estan a l'inici de la seva carrera professional, ja que un 6,81% dels que porten menys de dos anys en aquest sector es troben sense feina. A partir d'aquí, el percentatge es va reduint de forma progressiva a mesura que els enquestats van sumant anys d'experiència, tot i que arriba fins a un 4,26% en el cas dels que porten més de vint anys en l'ofici. Per tant, es pot comprovar com l'atur afecta especialment als professionals més joves, però també té incidència sobre els més veterans.

Un cas a part són, finalment, el col·lectiu que manifesta no haver tingut mai feina remunerada com a periodista. D'aquests, molts estan abocats a fer col·laboracions no remunerades (29,41%) o es troben a l'atur (4,68%), tot i que també n'hi ha que tenen un contracte laboral, probablement en altres sectors professionals que no estan relacionats amb el periodisme.

Gràfic 13. Relació de variables entre anys d'experiència i situació laboral



e) La falta de contractes en l'àmbit digital

El tipus de mitjà es revela com una variable important amb relació a la situació laboral dels professionals (vegeu gràfic 14). Els mitjans digitals són clarament els que presenten un menor grau d'estabilitat, ja que presenten el percentatge més baix de contractes a temps complet: no arriba ni al 35%. En canvi, en aquest sector és on hi ha més contractes a temps parcial, autònoms i col·laboradors (en aquest darrer cas, empatant amb la premsa). En canvi, les agències de notícies, la televisió i la ràdio són els tipus de mitjans que ofereixen més contractes a temps complet. S'ha de tenir en compte, tanmateix, que en aquests tres sectors hi ha una incidència molt gran d'empreses públiques, com la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Radio Televisión Española, Efe i l'Agència Catalana de Notícies, entre altres, que com es veurà ofereixen una quantitat de contractes a temps complet superior a la de les empreses privades (vegeu gràfic 16).

Els mitjans digitals, amb només un 34,05%, són els que compten amb un percentatge més baix de contractació a temps complet. Tot i això, també destaca el fet que ni els gabinets

de comunicació (47,59%) ni la premsa (45,89%) arriben a un 50%. Per tant, només les agències de notícies (60,71%), la televisió (55,35%) i la ràdio (50%) tenen la meitat o més dels seus empleats treballant a temps complet, que és el tipus contracte que comporta una major quantitat d'ingressos (com es veurà en el gràfic 35). Com s'ha dit, però, en aquest cas s'ha de tenir molt en compte el paper que juguen els mitjans públics, que són els que ofereixen una major estabilitat als seus treballadors. Tenint en compte que per exemple la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals compta amb 2.271 treballadors (Diari de Girona, 18 de gener de 2019), als quals se'ls han de sumar la resta de mitjans públics que operen a Catalunya, es pot observar l'elevada incidència del sector públic en l'àmbit audiovisual.

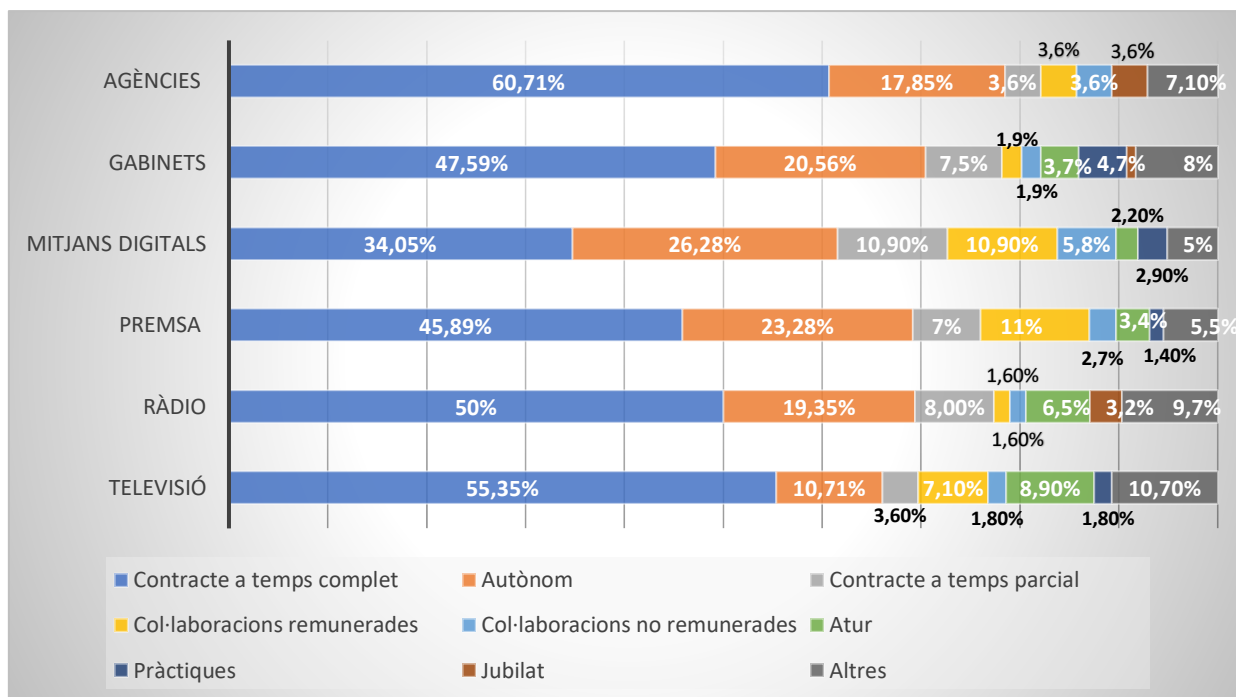
Pel que fa a la contractació a temps parcial, també està encapçalada pels mitjans digitals, on un de cada deu treballadors es troba en aquesta situació (10,86%). En tots els altres casos, el percentatge es troba per sota del 10%, essent les agències de notícies i la televisió les que presenten una menor contractació d'aquest tipus (un 3,57% en ambdós casos). A més, els mitjans digitals també són els que compten amb un major percentatge d'autònoms, ja que gairebé tres de cada deu dels seus treballadors es troba en aquesta situació (26,28%). De fet, només vuit punts percentuals els separen dels que tenen contracte a temps complet. També en el cas de la premsa (23,28%) i els gabinets de comunicació (20,56%) se supera el 20% d'autònoms, mentre que en la resta es troba per sota (tot i que la ràdio s'hi aproxima molt, amb un 19,35%).

D'altra banda, els mitjans digitals, amb un 10,86%, i la premsa, amb un 10,95%, són els sectors que tenen un percentatge més elevat de col·laboradors remunerats. També destaca el cas de la televisió, amb un 7,14%, mentre que en la resta de mitjans aquesta figura és pràcticament irrellevant. Pel que fa a les col·laboracions no remunerades, els mitjans digitals també ocupen el primer lloc, amb un 5,79%, mentre que en la resta de casos els percentatges són molt discrets.

Pel que fa a la taxa d'atur, és més elevada en la televisió (8,92%) i la ràdio (6,45%) que en la resta de mitjans. Per contra, els mitjans digitals, malgrat tenir unes condicions més

precàries, són una font d'ocupació important per al sector, ja que només presenten un 2,17% d'atur.

Gràfic 14. Relació de variables entre tipus de mitjà i situació laboral



f) Inestabilitat en l'àmbit espanyol i internacional

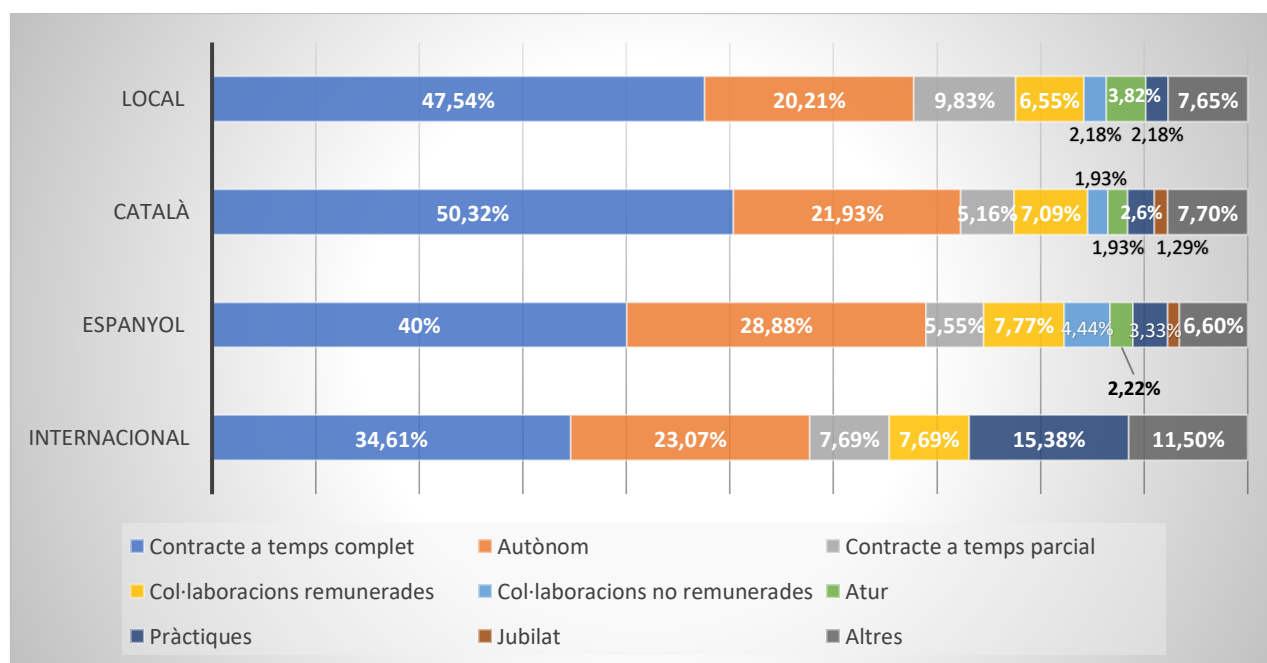
Si s'observa l'àmbit territorial del mitjà, les empreses d'abast català són les que ofereixen un major grau d'estabilitat als seus treballadors, ja que més de la meitat de participants que hi treballa gaudeix d'un contracte a temps complet (vegeu gràfic 15). A continuació es troben els mitjans de proximitat (locals, comarcals o provincials), mentre que els mitjans d'abast espanyol i internacional són els que compten amb una major quantitat d'autònoms i col·laboradors. Aquesta inestabilitat, tanmateix, no es tradueix en precarietat econòmica, ja que, com es comprovarà en el gràfic 33, els treballadors d'aquests mitjans reben, en general, salaris més elevats que els dels mitjans de proximitat.

Els mitjans d'àmbit català presenten el principal percentatge de treballadors contractats a temps complet (50,32%), seguits pels mitjans locals, on la xifra se situa en el 47,54%. En

canvi, en els mitjans d'àmbit espanyol i internacional la contractació a temps complet és menor, situant-se en un 40% i un 34,61% respectivament. Pel que fa a la contractació a temps parcial, és més freqüent en els mitjans locals (9,83%) i internacionals (7,69%), mentre que en els catalans i espanyols se situa al voltant d'un 5%.

En canvi, els autònoms i col·laboradors són més habituals en mitjans estatals i internacionals. El principal percentatge d'autònoms es troba entre els mitjans d'abast espanyol (28,88%) i a continuació en els mitjans internacionals, amb un 23,07%, tot i que molt a prop se situen els catalans (21,93%) i els locals (20,21%). Amb relació a les col·laboracions remunerades, malgrat que tots els mitjans mostren uns percentatges molt similars, són lleugerament més elevats en el cas dels mitjans espanyols (7,77%) i internacionals (7,69%), tot i que per poques dècimes. També les col·laboracions no remunerades són més habituals en el cas dels mitjans estatals (4,44%), seguits dels locals (2,18%) i d'abast català (1,93%). En canvi, destaca el fet que cap treballador de mitjà internacional es troba en aquesta tessitura. Pel que fa a l'atur, és, en aquest ordre, més elevat en el cas dels mitjans locals (3,82%), espanyols (2,22%) i catalans (1,93%), mentre que és inexistent en el cas dels mitjans internacionals.

Gràfic 15. Relació de variables entre àmbit territorial i situació laboral



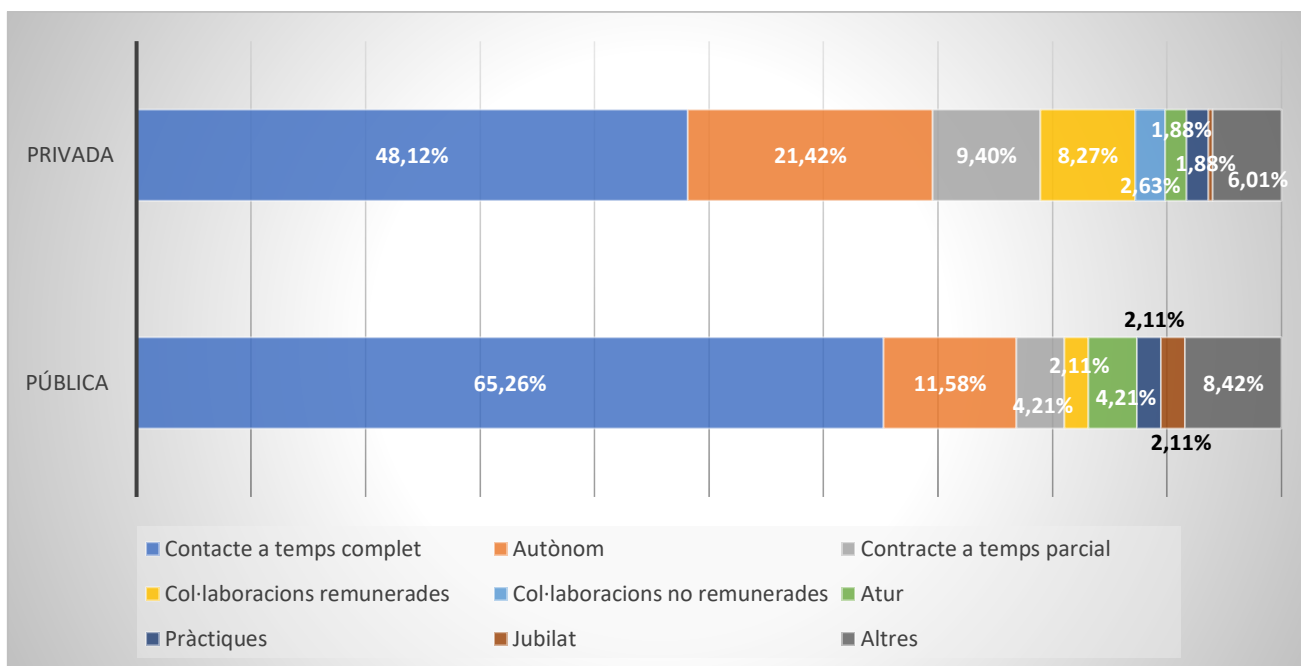
g) El sector públic, líder en contractes a temps complet

Com s'ha mencionat prèviament, la titularitat de l'empresa és una variable important amb relació a la situació laboral dels participants (vegeu gràfic 16). Segons les dades de l'enquesta, el sector públic ofereix més estabilitat que el privat, ja que el percentatge de treballadors a temps complet a les empreses públiques és d'un 65,26%, una xifra molt per sobre de la mitjana, que com s'ha vist se situa en un 50% (vegeu taula 4.9); mentre que en el cas dels privats la contractació a temps complet arriba només a un 48,12% dels empleats, és a dir, més de disset punts per sota el sector públic. A més, a l'empresa privada hi ha el doble de contractes a temps parcial (9,4%) que a la pública (4,21%).

També destaca el fet que el nombre d'autònoms treballant per a empreses privades (21,43%) pràcticament duplica els que treballen per a les públiques (11,58%). Pel que fa a les col·laboracions remunerades, a l'empresa privada (8,27%) també són més freqüents que a la pública (2,11%). En el cas de les no remunerades, en el sector públic són inexistent, mentre que en el privat representen un 2,63%.

En aquest context, crida l'atenció que el percentatge d'atur sigui més elevat en el sector públic (4,21%) que en el privat (1,88%). També cal tenir en compte les respostes dels professionals que es troben en altres situacions, ja que en el sector privat sovint estan relacionades amb falsos autònoms, contractes fixes discontinus i altres tipus de situacions precàries, mentre que en el cas del públic es tracta generalment de situacions menys negatives com excedències, baixes o contractes d'interinitat.

Gràfic 16. Relació de variables entre titularitat de l'empresa i situació laboral¹³



4.1.3.2. Falta d'estabilitat: escassetat de contractes indefinits

La segona variable analitzada amb relació a les condicions laborals fa referència al tipus de contracte -en el cas dels participants que en tenen-. A la pregunta “Si té un contracte laboral, de quin tipus és?”, un 48,7% dels enquestats ha respost que disposa d'un contracte indefinit, un 15,2% el té temporal, un 9,6% per obra i servei -és a dir, treballa per projectes- i un 26,6% ha indicat que no disposa de contracte (vegeu taula 4.10). D'aquesta manera, la xifra de treballadors contractats, sigui en la modalitat que sigui, ascendeix a un 73,5%. Aquí es pot detectar un cert desajust amb relació a les dades obtingudes en la pregunta anterior, relativa a la situació laboral, ja que en aquell cas un 57,6% indiquen tenir un contracte laboral a temps complet o parcial (vegeu taula 4.9). Aquesta diferència, tanmateix, es pot atribuir a l'ampli ventall de respostes rebudes en la categoria “altres” en la pregunta referent a la situació laboral, moltes de les quals incloïen algun tipus de contracte, encara que fos en precari.

¹³ S'ha exclòs la categoria “altres” perquè les respostes són molt heterogènies

Les dades indiquen, doncs, que de la mateixa manera que és difícil tenir un contracte a temps complet en el sector del periodisme, també ho és aconseguir-ne un de caràcter indefinit, ja que menys de la meitat dels participants, un 48,7%, indica tenir-ne. En canvi, una mica més d'una quarta part, el 26,6%, està sense cap tipus de contracte, essent aquesta la segona categoria amb un major percentatge. La dada inclou, entre altres, els autònoms, col·laboradors, jubilats i gent que es troba a l'atur. Finalment, els contractes temporals (15,2%) i per obra i servei (9,6%) són menys habituals.

Taula 4.10 Tipus de contracte

	Freqüència	Percentatge
Indefinit	183	48,7
Sense contracte laboral	100	26,6
Temporal	57	15,2
Per obra i servei	36	9,6
TOTAL	376	100

a) Una quimera abans dels 40 anys

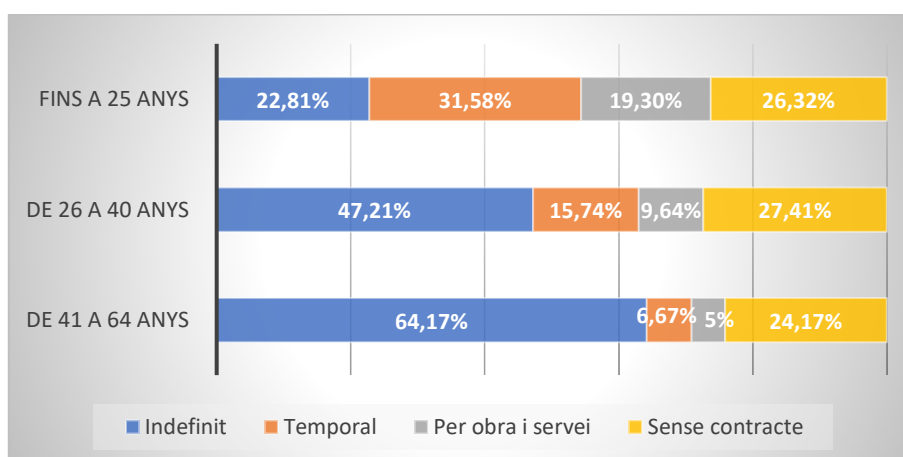
Igual que succeeix amb la situació laboral, l'edat també és una variable determinant per a l'estabilitat professional, ja que els periodistes més joves presenten un grau molt més elevat de temporalitat que els veterans (vegeu gràfic 17). En aquest sentit, les dades corroboren que el periodisme és una professió en la qual és difícil establir-se, ja que disposen de contracte indefinit menys de la meitat dels participants menors de 40 anys.

Només dos de cada deu periodistes menors de 25 anys, un 22,81%, disposa de contracte indefinit. La resta, en canvi, es troba en situacions de caràcter més inestable: un 31,58% compta amb un contracte temporal, un 19,3% està per obra i servei i un 26,32% no té contracte. Aquestes xifres no resulten sorprenents si es té en compte que són joves que

tot just han acabat la seva formació i estan buscant fer-se un lloc en el món laboral, fet que pot explicar l'elevada temporalitat i la falta de contractes. El que crida més l'atenció, en canvi, és que entre els 26 i els 40 anys el nivell d'estabilitat continua essent relativament baix. Malgrat que en aquesta franja d'edat els contractes indefinits augmenten fins a un 47,21%, encara es continuen situant per sota del 50%. D'altra banda, en aquest col·lectiu també creix fins a un 27,41% la xifra de persones que es troba sense contracte, fenomen que està relacionat amb el fet que, com s'ha vist, és a partir d'aquesta edat quan molts professionals opten per fer-se autònoms (vegeu gràfic 10). En canvi, entre els 26 i els 40 anys es redueixen els percentatges de contractes temporals (15,74%) i per obra i servei (9,64%).

No és, doncs, fins a partir dels 41 anys que la major part dels participants comença a tenir una situació laboral estable. Entre els 41 i els 64 anys, els contractes indefinits ja són majoritaris (64,17%), mentre que els temporals (6,67%) i per obra i servei (5%) es converteixen pràcticament en irrellevants. Tot i això, destaca el fet que continua havent-hi un 24,17% de treballadors sense contracte laboral. Això vol dir que hi ha un col·lectiu d'autònoms i col·laboradors -que són els principals integrants d'aquesta categoria, segons es desprèn de les dades sobre la situació laboral- que es manté estable al voltant d'un 25% independentment de l'edat.

Gràfic 17. Relació de variables entre edat i tipus de contracte¹⁴



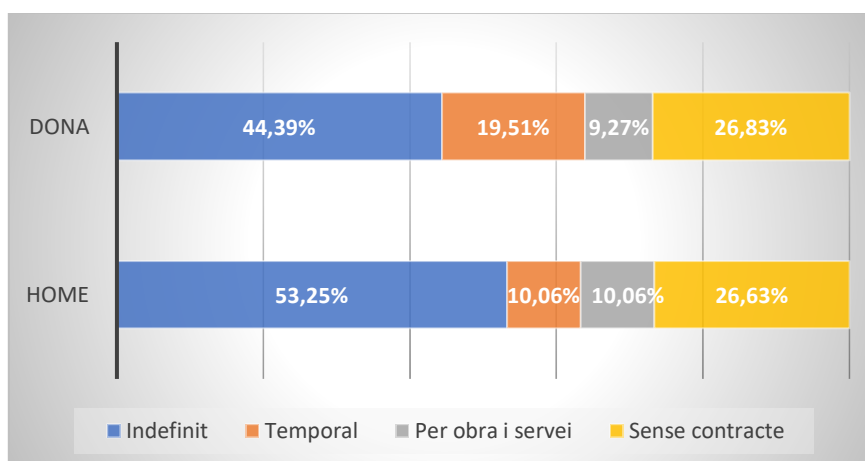
¹⁴ No inclou els majors de 65 anys per haver obtingut menys de deu respostes

b) El gènere, de nou un factor clau

La variable de gènere és un altre factor a tenir molt en compte amb relació al tipus de contractació. Les xifres indiquen que les dones pateixen un grau de temporalitat molt més elevat que els homes, mentre que ells generalment gaudeixen de més contractes indefinits i, per tant, d'una major estabilitat (vegeu gràfic 18).

Més de la meitat dels homes, un 53,25%, gaudeix d'un contracte indefinit, mentre que les dones es troben gairebé nou punts percentuals per sota, ja que només un 44,39% disposa de l'estabilitat que garanteix aquest tipus de contracte. En canvi, en el cas dels contractes temporals, succeeix just al contrari: hi ha gairebé un 20% de dones que es troba en situació temporal, mentre que entre els homes el percentatge es redueix pràcticament a la meitat, a un 10,06%. Aquest biaix de gènere es pot relacionar, en part, amb el fet que, com s'ha vist anteriorment (taules 3 i 30), en les franges d'edat més joves, que és on més abunden els contractes temporals, hi ha una quantitat més elevada de dones. En canvi, a partir dels 41 anys, que és quan hi ha més contractes indefinits (vegeu gràfic 17), els homes són clarament majoritaris. En canvi, pel que fa a la xifra de participants que estan contractats per obra i servei i de treballadors que estan sense contracte, els percentatges són molt similars per als dos gèneres, amb un 10% i un 26% respectivament. En aquest sentit, doncs, es pot observar que el gènere no té incidència en aquests aspectes.

Gràfic 18. Relació de variables entre gènere i tipus de contracte



c) Nova irrellevància del nivell d'estudis

Igual que succeeix amb la situació laboral, tenir un bon nivell d'estudis no garanteix als participants aconseguir un contracte indefinit, al contrari: els percentatges més elevats de contractes indefinits corresponen als graduats en matèries que no estan relacionades amb la comunicació i als que no tenen estudis universitaris (vegeu gràfic 19). En canvi, els graduats en Periodisme i els que han obtingut un màster o postgrau presenten majors taxes de temporalitat i de participants que no disposen de contracte laboral. Aquest fenomen es pot explicar, una vegada més, pel fet que els professionals més joves, que són els que compten amb un grau de formació més elevat i especialitzat, són alhora els que pateixen una major temporalitat i un menor accés als contractes indefinits (vegeu gràfic 17).

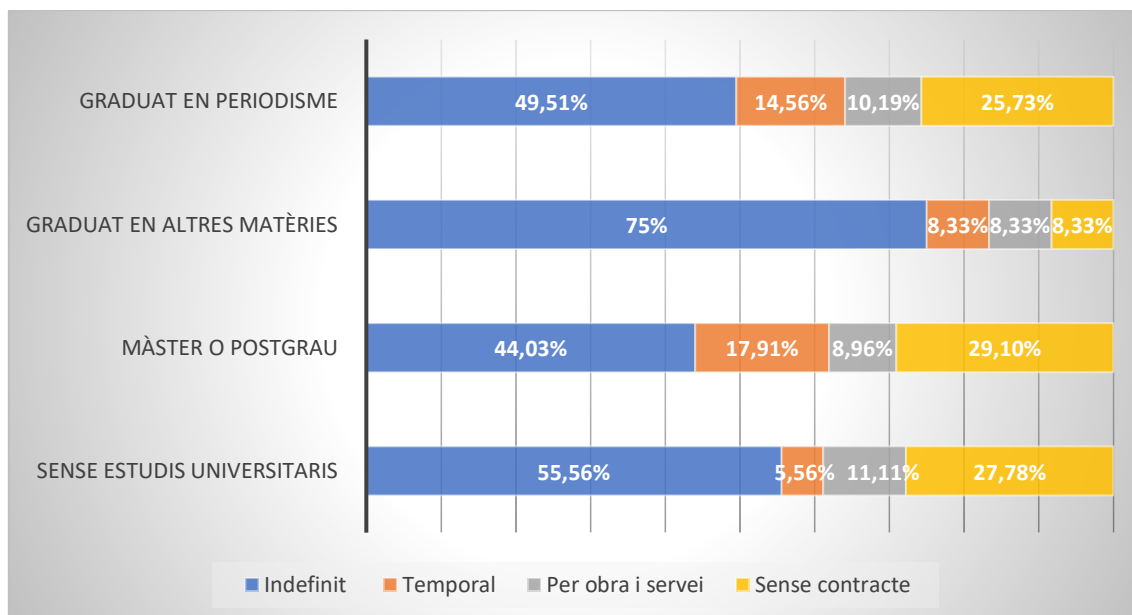
Excloent els doctors -pel seu baix volum de respostes-, els participants amb un major grau de formació, és a dir, els que compten amb un màster o postgrau, són els que gaudeixen de menys contractes indefinits: no arriben ni a la meitat, tot quedant-se en un 44,03%. Tampoc arriba a un 50% de contractes indefinits el col·lectiu de graduats en Periodisme, ja que se situa en un 49,51%. En canvi, entre els graduats en altres matèries el percentatge de contractes indefinits es dispara fins al 75%, i entre els que no tenen estudis universitaris arriba fins a un 55,56%. Com s'ha indicat, aquesta situació es pot relacionar amb el fet que els professionals més veterans, que són presenten majors percentatges de graduats en altres matèries o sense estudis, són els que gaudeixen d'una major estabilitat.

Per la seva banda, els graduats en Periodisme i els participants que tenen màsters o postgraus pateixen un major grau d'instabilitat, amb un 14,56% i un 17,91% de contractes temporals respectivament. Aquesta temporalitat és força menor en el cas dels enquestats que no tenen estudis universitaris (5,56%) o dels que són graduats en altres matèries (8,33%).

D'altra banda, gairebé un de cada tres professionals amb màster o postgrau (un 29,1%) no disposa de cap tipus de contracte. En aquest cas, es tracta de xifres molt similars als que no tenen estudis universitaris (27,78%) i els graduats en Periodisme (25,73%), de

manera que no s'observen diferències significatives. Només en el cas dels graduats en altres matèries la xifra és molt més baixa, situant-se en un 8,33%. Finalment, en el cas dels professionals que treballen per obra i servei, no s'observen diferències destacables segons el nivell d'estudis, ja que tots els percentatges se situen entre un 8 i un 11%.

Gràfic 19. Relació de variables entre nivell d'estudis i tipus de contracte¹⁵



d) La llarga experiència requerida

Una vegada més, s'observa que els anys d'experiència professional són una variable determinant amb relació al tipus de contracte, i es torna a constatar que durant els primers anys en la professió és difícil aconseguir estabilitat. Abans dels cinc anys d'experiència, només hi ha una quarta part de participants que aconseguix un contracte indefinit, mentre que a partir dels sis anys aquest tipus de contractes ja comencen a ser majoritaris (vegeu gràfic 20). Per contra, la temporalitat i els contractes per obra i servei són molt més habituals entre aquells que estan fent els primers passos en la professió. En canvi, el col·lectiu de participants que no disposa de contracte es manté bastant estable en la majoria de franges, ja que, tal com s'ha vist anteriorment, la tendència a fer-se autònom

¹⁵ No inclou els doctors per haver rebut menys de deu respostes

no està associada a la joventut sinó que van en augment en funció de l'edat i, en aquest cas, dels anys d'experiència professional.

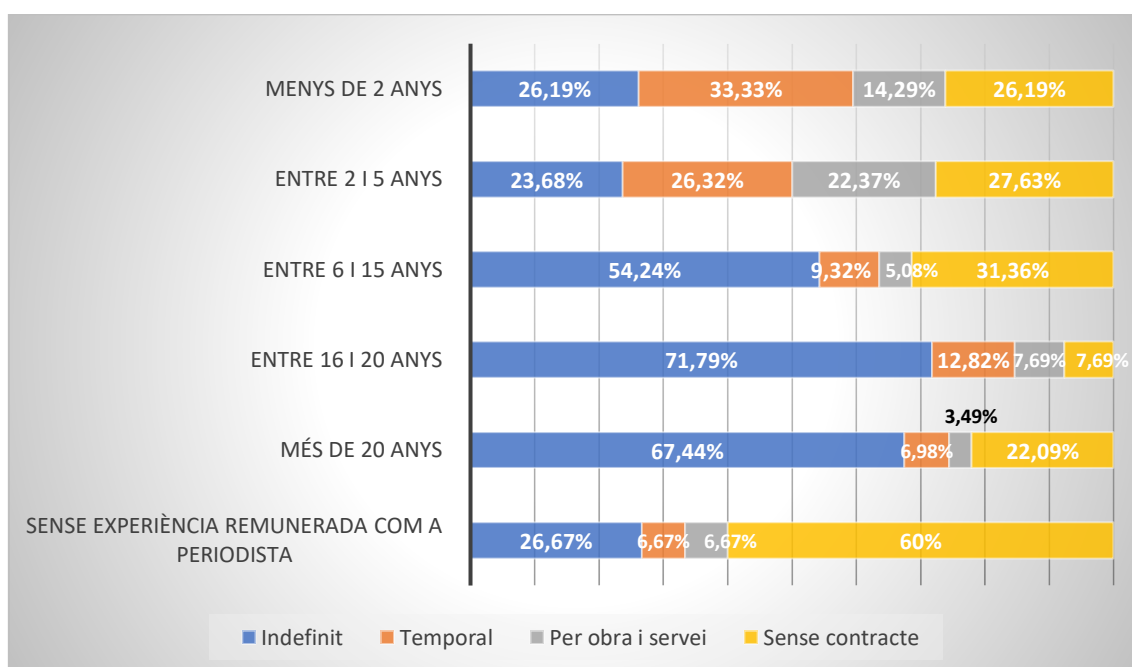
Segons els resultats obtinguts, tan sols un 26,19% dels participants que tenen menys de dos anys d'experiència i un 23,68% dels que porten entre 2 i 5 anys en la professió disposen de contracte indefinit. Aquest tipus de contractes comencen a ser habituals (és a dir, superen el 50%) a partir del període d'entre 6 i 15 anys en el sector, amb un 54,24%, tot i que no és fins als 16-20 anys d'experiència que són àmpliament majoritaris, amb un 71,79%. A partir dels vint anys el percentatge disminueix fins a un 67,44%, tot i que en aquest cas s'ha de tenir en compte que entren en joc les jubilacions i prejubilacions.

Per contra, i com és lògic, els contractes temporals són més habituals entre aquells participants que estan començant en la professió, ja que els principals percentatges corresponen als col·lectius que porten menys de dos anys treballant com a periodistes (33,33%) i als que sumen entre dos i cinc anys (26,32%). A partir d'aquí, la xifra es redueix notablement: només un 9,32% dels que tenen entre sis i quinze anys d'experiència es troba en situació de temporalitat, mentre que entre els que porten entre 16 i 20 anys el percentatge se situa en un 12,82%. La xifra cau fins a un 6,98% entre els que superen els vint anys en la professió. D'altra banda, els professionals amb menys experiència també registren, en general, percentatges més elevats de contractes per obra i servei, que se situen en un 12,29% en el cas dels que porten menys de dos anys treballant i en un 22,37% entre els que porten entre dos i cinc anys. A partir d'aquí, els percentatges es redueixen de forma progressiva.

Pel que fa als participants sense contracte, la xifra es manté relativament estable -entre un 22 i un 31%- a gairebé totes les franges, amb una sola excepció: entre els setze i vint anys d'experiència, on només suposen un 7,69%. Aquesta dada es correspon amb el fet que es tracta de la franja on hi ha també un major percentatge de contractes indefinits, ja que és un dels col·lectius amb un major grau de veterania.

En darrer lloc, una categoria que s'ha d'analitzar de forma individualitzada és la dels participants que no tenen experiència remunerada com a periodista. En aquest cas, com és lògic, la majoria (60%) no té contracte laboral, tot i que hi ha un 26,67% que sí que disposa de contracte indefinit, fet que es pot atribuir a què estan empleats en un sector que no està relacionat amb el periodisme.

Gràfic 20. Relació de variables entre el tipus de contracte i els anys d'experiència



e) La precarietat dels mitjans digitals

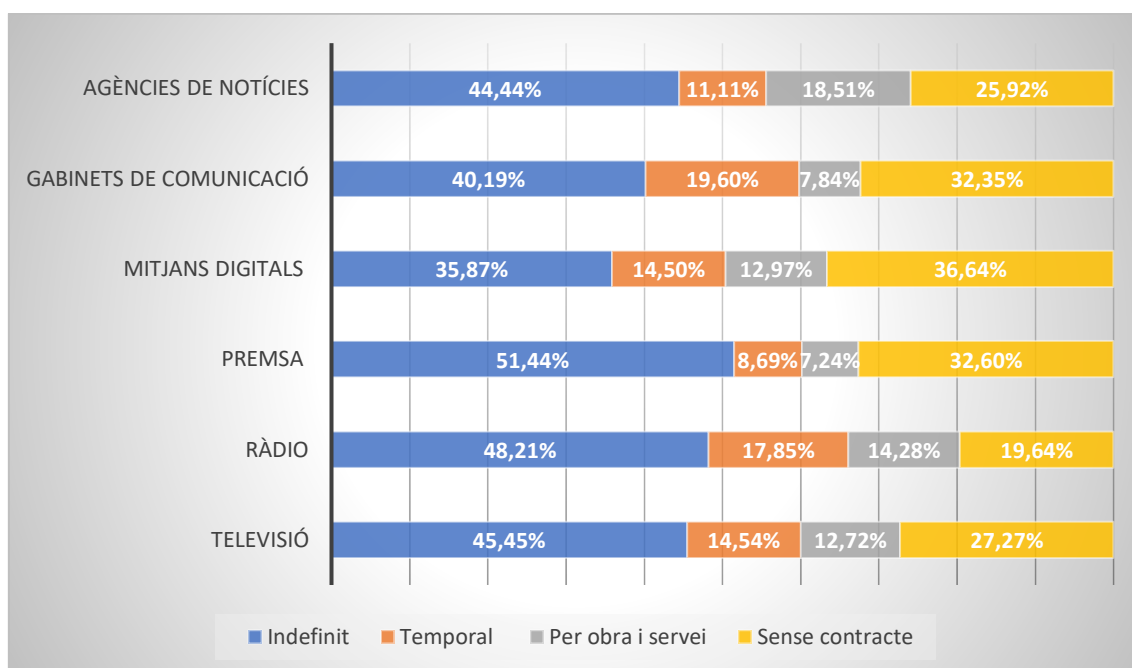
La variable del tipus de mitjà també influeix en el contracte laboral. Els treballadors de mitjans digitals són els que es troben en una situació més inestable, ja que disposen del menor percentatge de contractes indefinits i en canvi compten amb el volum més elevat de professionals sense contracte (vegeu gràfic 21). En la resta de mitjans, en canvi, no s'observen grans diferències relacionades amb el tipus de contractació, tot i que la premsa lidera el volum de contractes indefinits.

En tots els tipus de mitjans, excepte els digitals, la contractació indefinida és la principal forma d'ocupació. En els digitals, en canvi, hi ha més gent sense contracte (36,64%) que

no pas amb contracte indefinit (35,87%). Per contra, la premsa és el sector on es pot trobar un major percentatge de contractes indefinits (51,44%). De fet, aquest és l'únic tipus de mitjà on més de la meitat dels enquestats declara trobar-se en aquesta situació d'estabilitat, ja que a la resta de mitjans els contractes indefinits no arriben al 50%, malgrat que en alguns casos s'hi acosten: un 48,21% en el cas de la ràdio, un 45,45% en el de la televisió, un 44,44% en les agències de notícies i un 40,19% en els gabinets de comunicació.

Pel que fa a la contractació temporal, el principal percentatge es troba en els gabinets de comunicació, amb un 19,6%. Aquest fet es pot relacionar amb què en aquest sector hi ha un major percentatge de dones treballant-hi, que són les que acostumen a experimentar un major grau de contractació temporal (vegeu gràfic 18). En canvi, en l'àmbit de la premsa és on hi ha menys contractes temporals (8,69%), circumstància que es pot relacionar amb el fet que, com s'ha vist, és on n'hi ha més d'indefinitos. En la resta de categories no existeixen diferències substancials, ja que en tots els casos el percentatge oscil·la entre l'11 i el 18%. Pel que fa als contractes per obra i servei, són més habituals entre els treballadors d'agències de notícies (18,51%), tot i que tampoc s'observen diferències destacables, ja que en la resta de casos els percentatges se situen entre el 7 i el 14%. Finalment, tal com s'ha assenyalat, els mitjans digitals són els que concentren un major percentatge de treballadors sense contracte (36,64%), seguits de la premsa impresa (32,6%) i els gabinets de comunicació (32,35%).

Gràfic 21. Relació de variables entre el tipus de contracte i el tipus de mitjà



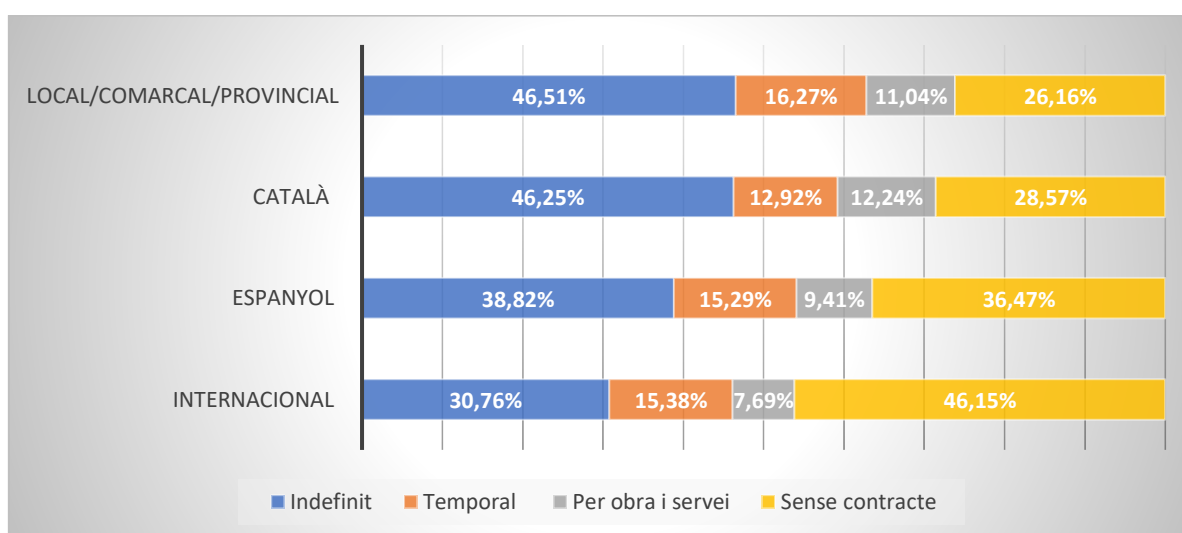
f) La importància de l'àmbit territorial

Els treballadors de mitjans de proximitat o d'abast català gaudeixen d'una major estabilitat, ja que registren els majors percentatges de contractes indefinits, malgrat que en cap dels dos casos arriba a un 50% (vegeu gràfic 22). Entre els periodistes que treballen per a mitjans d'àmbit espanyol o internacional hi ha, per contra, els percentatges més alts de persones que estan sense contracte, en consonància amb el que s'ha vist en el gràfic 15, on s'ha constatat que és en aquest sector on hi ha més autònoms i col·laboradors.

Els periodistes de mitjans locals, comarcals o provincials són els que compten amb una major estabilitat, ja que un 46,51% tenen contracte indefinit; una dada que és pràcticament idèntica en el cas dels treballadors d'àmbit català, que se situa en un 46,25%. En canvi, en només quatre de cada deu periodistes de mitjans estatals (un 38,82%) disposa de contracte indefinit, mentre que en el cas dels mitjans internacionals la xifra es redueix fins a tres de cada deu (30,76%).

A l'extrem contrari, és en els mitjans d'àmbit internacional, amb un 46,15%, i en els d'àmbit espanyol, amb un 36,47%, on es troben els majors percentatges de treballadors sense contracte. En el cas dels mitjans locals i catalans, en canvi, les quantitats de participants en aquesta situació són més reduïdes: un 26,16% en el primer cas i un 28,57% en el segon. Pel que fa a la temporalitat i als contractes per obra i servei, no s'observen diferències destacables entre els diferents àmbits territorials.

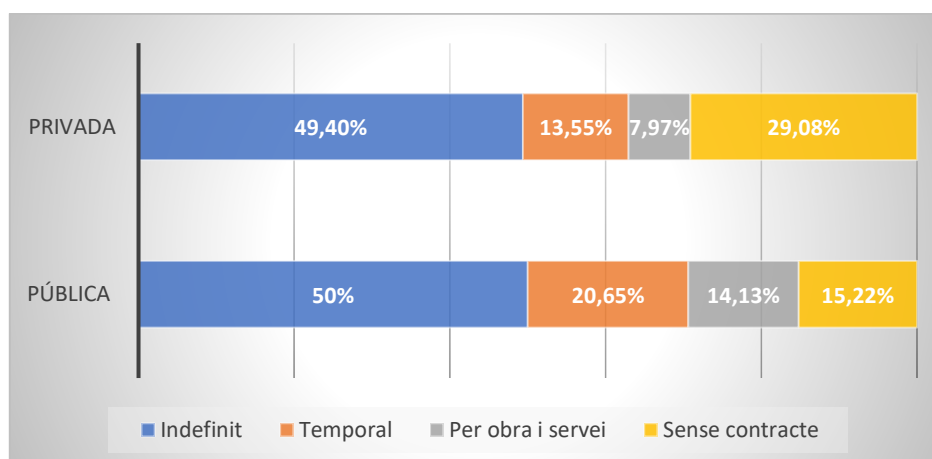
Gràfic 22. Relació de variables entre àmbit territorial i tipus de contracte



g) Sense diferències entre els sectors públic i privat

Malgrat que les empreses públiques, tal com s'ha observat en el gràfic 16, ofereixen un major percentatge de contractes a temps complet, la titularitat de l'empresa no és una variable determinant amb relació a la durada del contracte, ja que el percentatge de contractes indefinits en el sector privat i públic és pràcticament el mateix: en tots dos casos se situa al voltant del 50% (vegeu gràfic 23). Les úniques diferències s'observen en el fet que a les empreses públiques hi ha un percentatge més elevat de contractació temporal i per obra i servei, mentre que en el cas de la privada hi ha un major percentatge de treballadors sense contracte.

Gràfic 23. Relació de variables entre titularitat de l'empresa i tipus de contracte



4.1.3.3 Categories professionals poc estandarditzades

La major part dels participants, un 42,3%, manifesten tenir la categoria laboral de redactors; és a dir, són treballadors de base (vegeu taula 4.11). El segon grup, confirmant el que s'ha observat en els dos apartats anteriors, és el d'autònoms i col·laboradors, que se situen en un 16,2%. Destaca, tanmateix, el fet que la resposta "altres", amb un 11,42%, és a la tercera més habitual, dada de la qual se'n pot desprendre que les categories professionals, en el sector del periodisme, no estan perfectament estandarditzades, sinó que molts participants es troben en situacions particulars. A continuació, però ja a una distància considerable, es troben els caps de redacció (7,5%) i els caps de secció (7,3%); és a dir, els càrrecs de responsabilitat que prenen les decisions en el dia a dia. Més enrere, per sota del 5%, se situen els directors (4,7%), els ajudants de redacció (4,3%) i els que no estan en actiu (3,9%), mentre que només hi ha un 1,8% d'estudiants en pràctiques.

Taula 4.11 Categoria professional

	Freqüència	Percentatge
Estudiant en pràctiques	7	1,8
Ajudant de redacció	19	4,3

Redactor	163	42,3
Cap de secció	28	7,3
Cap de redacció	29	7,5
Director	18	4,7
Col·laborador/autònom	62	16,2
No estic en actiu	15	3,9
Altres	44	11,42
TOTAL	385	100

a) L'edat, variable determinant

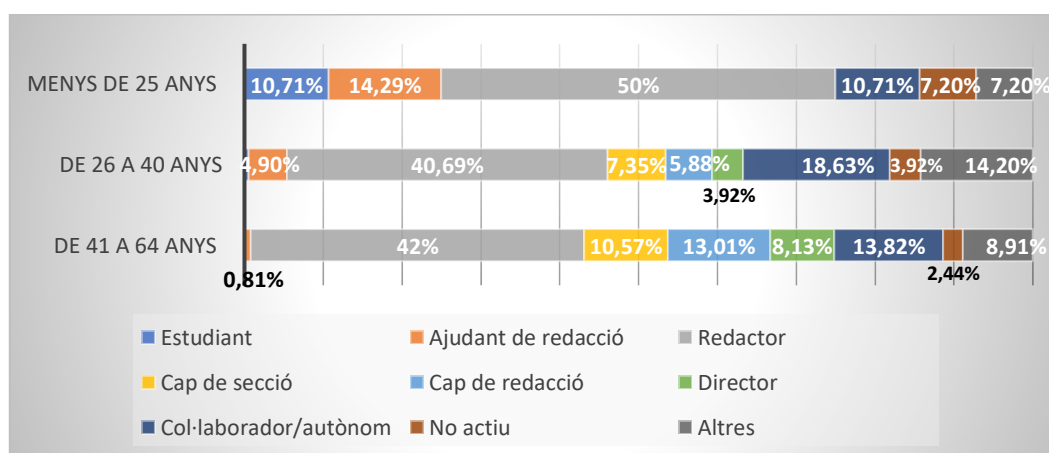
Igual que succeeix amb la situació laboral o el tipus de contracte, l'edat és una variable important a l'hora de definir la categoria professional, ja que els càrrecs de més responsabilitat estan reservats per als periodistes de més edat, mentre que són molt pocs els joves que hi accedeixen (vegeu gràfic 24). De fet, no hi ha cap menor de 25 anys que ostenti la categoria de cap de secció, cap de redacció o director; percentatges que es van ampliant a mesura que augmenta l'edat dels participants.

La meitat dels periodistes menors de 25 anys (un 50% exacte) té la categoria de redactor. La resta del col·lectiu ocupa les categories més baixes -hi ha un 10,71% que són estudiants en pràctiques i un 14,29% que són ajudants de redacció-, no està en actiu (7,2%) o ha marcat la categoria "altres" (7,2%), amb una majoria de respostes que reflecteixen situacions precàries com tenir un contracte de pràctiques sense ser estudiant. També hi ha un 10,71% que manifesta ser autònom; un percentatge que, com s'ha observat prèviament, és inferior a la resta de franges d'edat. En canvi, cap d'aquests participants manifesta ser cap de secció, cap de redacció o director.

Entre els 26 i els 40 anys, els participants comencen a abandonar les categories més baixes i ocupar càrrecs de responsabilitat. La categoria de redactor continua essent majoritària, tot i que el percentatge es redueix fins a un 40,69%, i també disminueix el volum d'ajudants de redacció, situant-se en un discret 4,9%. En aquesta franja d'edat, la xifra d'estudiants en pràctiques és pràcticament irrellevant i també es redueix fins a un 3,92% els participants que no estan en actiu, fet que denota una progressiva incorporació al mercat de treball. D'altra banda, per primera vegada comença a haver-hi caps de secció (un 7,35%), caps de redacció (5,88%) i directors (3,92%), malgrat que en percentatges encara molt baixos. També augmenta el nombre d'autònoms i col·laboradors (18,63%), en consonància amb el que s'ha vist en anteriors apartats.

Tanmateix, és en la franja d'edat més veterana, entre els 41 i els 64 anys, on es troben la majoria de professionals amb càrrecs de responsabilitat. Malgrat que encara hi ha un 42% de redactors, la xifra d'ajudants de redacció és ínfima (0,81%) i ja no existeixen estudiants en pràctiques, mentre que el col·lectiu que no està en actiu es limita a un 2,44%. En canvi, es poden observar els majors percentatges de càrrecs de responsabilitat, amb un 13% de caps de redacció i un 10,57% de caps de secció. També destaca el fet que entre els 41 i els 64 anys hi ha un 8,13% de directors; el percentatge més elevat de totes les franges d'edat.

Gràfic 24. Relació de variables entre edat i categoria professional¹⁶



¹⁶ No inclou els majors de 65 anys per haver rebut menys de deu respostes

b) Els homes, amb categories més altes

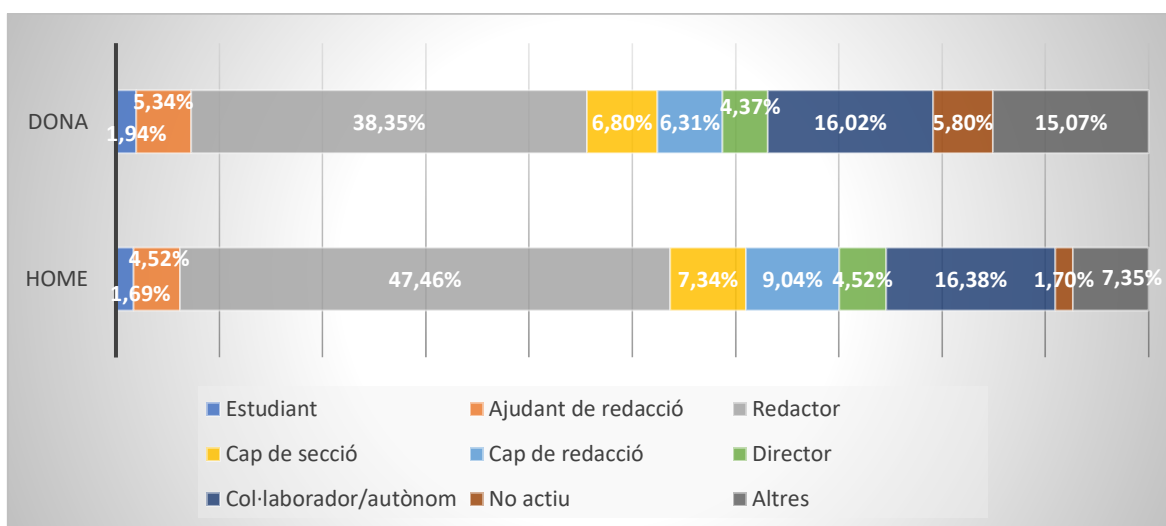
Malgrat que s'observa una certa influència de la variable de gènere en la categoria professional, aquesta juga un paper menys rellevant que altres variables com l'edat, els anys d'experiència o el tipus de mitjà. Segons les dades obtingudes, el percentatge d'homes que ostenten càrrecs de responsabilitat és lleugerament més elevat que el de les dones, però no s'observen diferències significatives (vegeu gràfic 25).

En les categories professionals més baixes -estudiants en pràctiques i ajudants de redacció- no s'observen diferències destacables entre homes i dones, ja que en ambdós casos els percentatges se situen al voltant d'un 2% i un 5% respectivament. On hi ha una diferència més acusada és en la categoria de redactors, ja que en el cas de les dones suposen un 38,35% i entre els homes la xifra creix fins a un 47,46%. Tot i això, cal observar que el doble de dones (15,07%) que homes (7,35%) han respost a l'apartat "altres", on han inclòs categories, com tècniques o secretàries, que podrien ser assimilables a la de redactors, de manera que la diferència possiblement no sigui tan àmplia.

En els càrrecs de responsabilitat, la balança s'inclina lleugerament a favor dels homes, tot i que les diferències entre gèneres no són especialment destacables. Entre els caps de secció hi ha un 6,8% de dones i un 7,34% d'homes, mentre que en la categoria immediatament superior, la dels caps de redacció, la diferència s'eixampla una mica més, amb un 6,31% de dones davant un 9,04% d'homes. En canvi, en els càrrecs directius es produeix un empat tècnic, ja que ambdós gèneres tenen un percentatge proper al 4,5%.

Tampoc s'observen diferències destacables entre els percentatges de col·laboradors i/o autònoms, però sí entre els participants que no estan actius: un 5,8% en el cas de les dones i només un 1,7% entre els homes. Aquesta dada és consistent amb el fet que, tal com s'ha vist en el gràfic 11, entre les dones hi ha un major percentatge de professionals a l'atur i/o que no han exercit mai com a periodistes.

Gràfic 25. Relació de variables entre gènere i categoria professional



c) La falta d'estudis no impedeix l'ascens

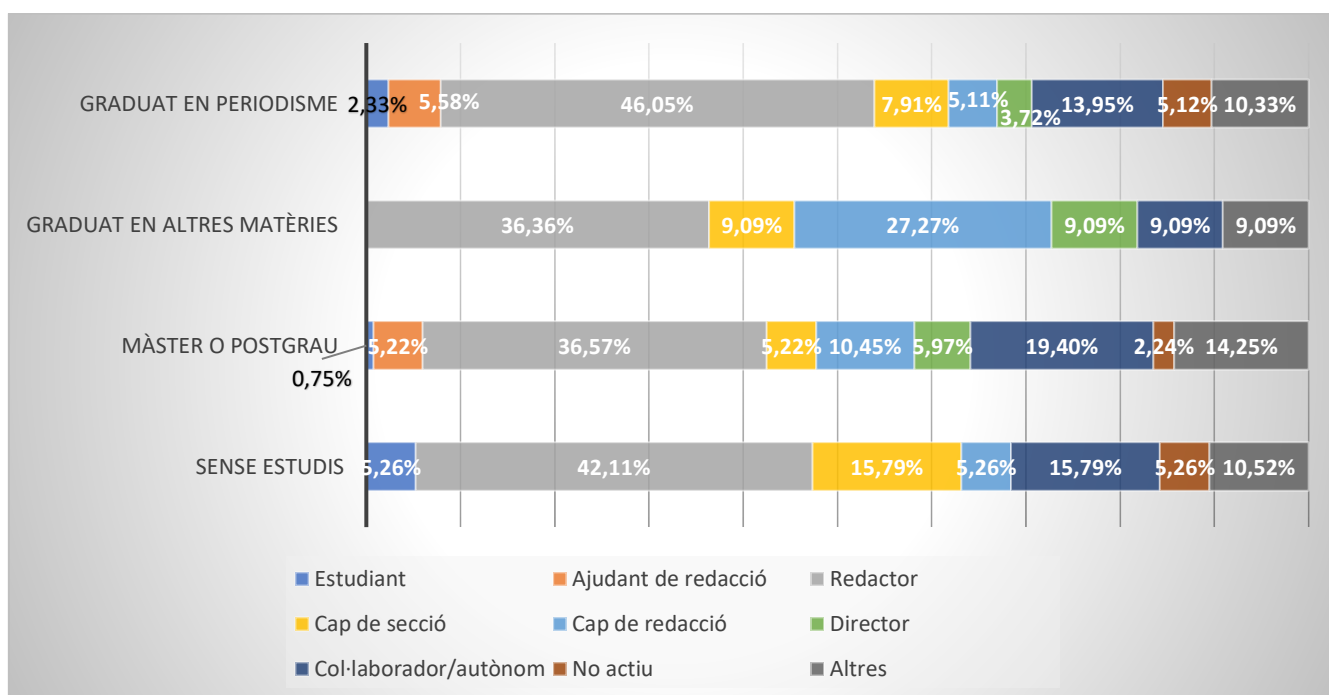
Igual que succeeix amb la situació laboral i el tipus de contracte, el nivell d'estudis és una variable poc determinant a l'hora d'accedir a càrrecs de responsabilitat, ja que el fet de no tenir estudis o ser graduat en altres matèries no penalitza a l'hora d'ascendir laboralment (vegeu gràfic 26). De fet, tenir formació en àmbits més enllà del periodisme sembla un valor apreciat per les empreses, ja que aquest col·lectiu aconseguix els percentatges més elevats en les categories laborals superiors.

Amb aquesta variable es torna a observar com l'edat és una variable més important que el nivell d'estudis a l'hora d'accedir a càrrecs de responsabilitat, ja que els professionals més formats i especialitzats -que, com s'ha vist prèviament, són generalment els més joves- ocupen majors percentatges en la categoria professional més baixa. Al voltant d'un 5% de participants graduats en Periodisme o altres carreres relacionades amb la comunicació i els que tenen màster o postgrau són ajudants de redacció, mentre que cap dels graduats en altres matèries o sense estudis -que, com s'ha vist anteriorment, corresponen a les franges d'edat més elevades- es troba en aquesta situació.

En el·lectiu de redactors -la franja professional intermitja- no s'observen grans diferències, ja que en tots els casos és la categoria on es troben la major part de participants, amb percentatges que oscil·len entre el 36% i el 46%. En canvi, si observem les categories superiors, es torna a comprovar com una major formació no significa necessàriament un càrrec més elevat. Un dels casos més evidents és el dels caps de secció, on els principals percentatges corresponen als professionals sense estudis (15,79%) i als graduats en altres matèries (9,09%). En la categoria immediatament superior, que és la dels caps de redacció, el primer lloc correspon també als graduats en altres matèries, ja que un 27,27% ostenta aquest càrrec, tot i que en aquest cas la segona posició l'ocupen els participants que tenen màsters o postgraus, amb un 10,45%.

Pel que fa als directors, una vegada més, els graduats en altres matèries són els que aconseguixen un percentatge més elevat, amb un 9,09%. A continuació es troben els que tenen màster o postgrau (5,97%) seguits dels graduats en Periodisme (3,72%). En canvi, no hi ha cap participant sense estudis que sigui director.

Gràfic 26. Relació de variables entre nivell d'estudis i categoria professional



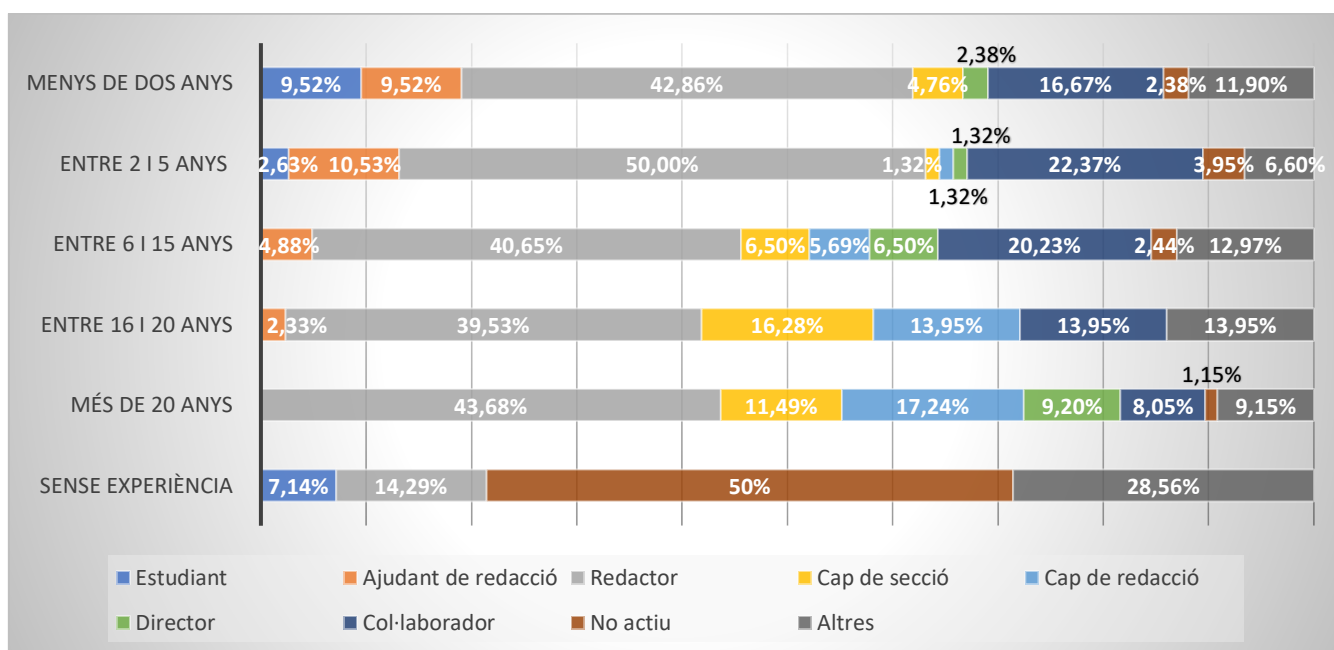
d) L'experiència garanteix millors càrrecs

En paral·lel al que succeeix amb l'edat, s'observa també una clara relació entre les variables dels anys d'experiència i la categoria professional: els participants que porten més anys treballant tenen, generalment, categories més altes que no pas els que estan començant, el que demostra l'existència d'una progressió coherent amb l'experiència adquirida (vegeu gràfic 27). El que destaca, tanmateix, és el temps que els professionals triguen, de mitjana, en aconseguir aquest ascens: els percentatges de categories superiors -caps de secció, caps de redacció i directors- no comencen a ser significatius (és a dir, al voltant del 10% o més) fins a partir dels 16 anys d'experiència. Per tant, es reforça la idea, tal com s'ha vist anteriorment, que és una professió en la qual costa progressar.

En totes les franges d'experiència, la categoria més habitual és la de redactor, amb amplis percentatges, d'entre el 40 i el 50%. Tanmateix, entre els participants que estan a l'inici de la seva carrera professional -és a dir, que tenen fins a cinc anys d'experiència- hi ha els percentatges més elevats d'ajudants de redacció (al voltant d'un 10%) i també bona part dels estudiants en pràctiques. En canvi, en aquesta franja els percentatges de caps de secció, caps de redacció i directors són pràcticament inexistent.

A partir dels 6-15 anys d'experiència comença a haver-hi més caps de secció (6,5%), caps de redacció (5,69%) i directors (6,5%), mentre que la xifra d'ajudants es redueix a la meitat (4,88%). Tot i això, els càrrecs de responsabilitat encara representen percentatges molt petits, ja que en cap dels casos arriba al 10%. No és fins a la franja dels 16-20 anys que els càrrecs de responsabilitat comencen a ser més rellevants: els caps de secció, amb un 16,28%, ja són la segona categoria més nombrosa (després dels redactors), mentre que també hi ha un 13,95% de caps de redacció. A partir dels vint anys d'experiència, els càrrecs de responsabilitat continuen augmentant, i el lleuger descens del nombre de caps de secció (11,49%), queda compensat per l'augment en les categories més altes: hi ha un 17,24% caps de redacció i un 9,2% de directors. És, per tant, la franja on hi ha una major quantitat de càrrecs directius.

Gràfic 27. Relació de variables entre anys d'experiència i categoria professional



4.1.3.4 Salaris cada cop més baixos

Els resultats mostren que la majoria dels enquestats pateix una forta precarietat salarial, ja que un 69% declara tenir uns ingressos situats en les dues franges de sous més baixes, inferiors als 25.000 euros bruts anuals (vegeu taula 4.12). El principal percentatge, un 35,8%, correspon als professionals que cobren per sota dels 15.000 euros bruts anuals (menys de 1.250 euros bruts al mes), mentre que en segon lloc, amb un 33,2%, se situen els que tenen retribucions d'entre 15.000 i 25.000 euros bruts anuals (fins a 2.000 euros bruts al mes). Per tant, més de dos terços dels enquestats compten amb un sou similar o inferior a la mitjana del salari brut català, que segons les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya corresponents a 2016 se situa en 24.454,64 euros, i del salari mitjà espanyol, que segons l'informe de l'Institut Nacional d'Estadística (INE) del mateix any es troba en 23.156,34 euros.

En canvi, menys d'un terç dels participants té sous superiors als 25.000 euros bruts anuals. Un 20,1% en cobra entre 25.001 i 35.000 (2.000 - 2.900 euros mensuals), un 8,9% té salaris que van dels 35.001 als 50.000 (2.900-4.100 euros bruts mensuals) i finalment

només vuit participants, un 2%, superen els 50.000 euros bruts anuals (més de 4.100 euros bruts al mes).

Taula 4.12 Salaris

	Freqüència	Percentatge
Menys de 15.000 euros bruts anuals	141	35,8
De 15.000 a 25.000 euros bruts anuals	131	33,2
De 25.001 a 35.000 euros bruts anuals	79	20,1
De 35.001 a 50.000 euros bruts anuals	35	8,9
Més de 50.000 euros bruts anuals	8	2
TOTAL	394	100

La comparació d'aquestes dades amb estudis anteriors constata que els salaris en el sector del periodisme a Catalunya experimenten una tendència clarament a la baixa. Segons el *Llibre Blanc de la Professió Periodística* (Soler et al, 2006), en aquell moment més de la meitat dels periodistes cobraven una xifra superior als 21.000 euros bruts anuals, mentre que només un 17,2% se situava per sota dels 15.000. Per tant, la quantitat de periodistes en la franja salarial més baixa s'ha duplicat en dotze anys, entre 2006 i 2018, data en què es va realitzar la present enquesta. En canvi, l'any 2006 el percentatge més alt de professionals, un 35,4%, es trobava en la franja d'entre 15.000 i 30.000 euros bruts anuals, i n'hi havia un 22,4% que en cobrava més de 30.000.

La situació salarial també ha empitjorat des de la publicació del volum *The Ethical Values of Journalists* (Alsus et al, 2010). En aquell moment, la principal franja salarial se situava

entre els 1.500 i els 3.000 euros mensuals (que correspondrien a uns 36.000 euros anuals), ja que gairebé la meitat dels periodistes enquestats -un 48,9%- percebia aquesta quantitat. En canvi, tan sols hi havia un 14% que cobrava per sota els mil euros mensuals (uns 12.000 anuals) i un 22,7% que se situaven entre 1.000 i 1.500 euros mensuals (uns 18.000 anuals). En canvi, hi havia un 14,5% que superava els 3.000 euros al mes (més de 36.000 euros l'any).

Les dificultats salarials que pateixen els periodistes catalans són molt similars a les que viuen la resta de professionals de l'Estat. Segons l'Informe Anual de la Profesión Periodística (Palacio et al, 2018), els salaris més habituals (un 27%) corresponen als que guanyen entre 1.000 i 1.500 euros anuals, és a dir, entre 12.000 i 18.000 euros anuals, una xifra que creix en relació a l'any anterior, quan eren el 27%. En el mencionat estudi també s'observa un empitjorament de les condicions salarials, ja que els que perceben menys de 1.500 euros han passat del 34 al 27% en un any.

Els baixos salaris que perceben els periodistes catalans i espanyols fan que aquests siguin els més preocupats per la seva situació econòmica de tot el continent europeu. D'acord amb els resultats obtinguts en el projecte d'integració europea Media Act, quan es pregunta quins són els principals problemes que pateix el periodisme, els professionals espanyols destaquen perquè són els que més opinen que estan mal pagats: en cap altre dels catorze països participants s'obté una resposta tan negativa amb relació als salaris (Fengler et al, 2014).

a) Un problema essencial per als joves

L'edat dels professionals és una de les variables que més influeix en el salari, ja que s'observen grans diferències entre els periodistes més joves, que tenen els sous més baixos, i els veterans, que majoritàriament se situen en les franges més altes (vegeu gràfic 28). Com a conseqüència, cada vegada més redaccions experimenten una doble escala salarial, amb diferències salarials profundes entre els joves periodistes que acaben de

sortir de la universitat i els veterans, que compten amb contractes que daten de l'època precisi i que els garanteixen unes millors condicions salarials.

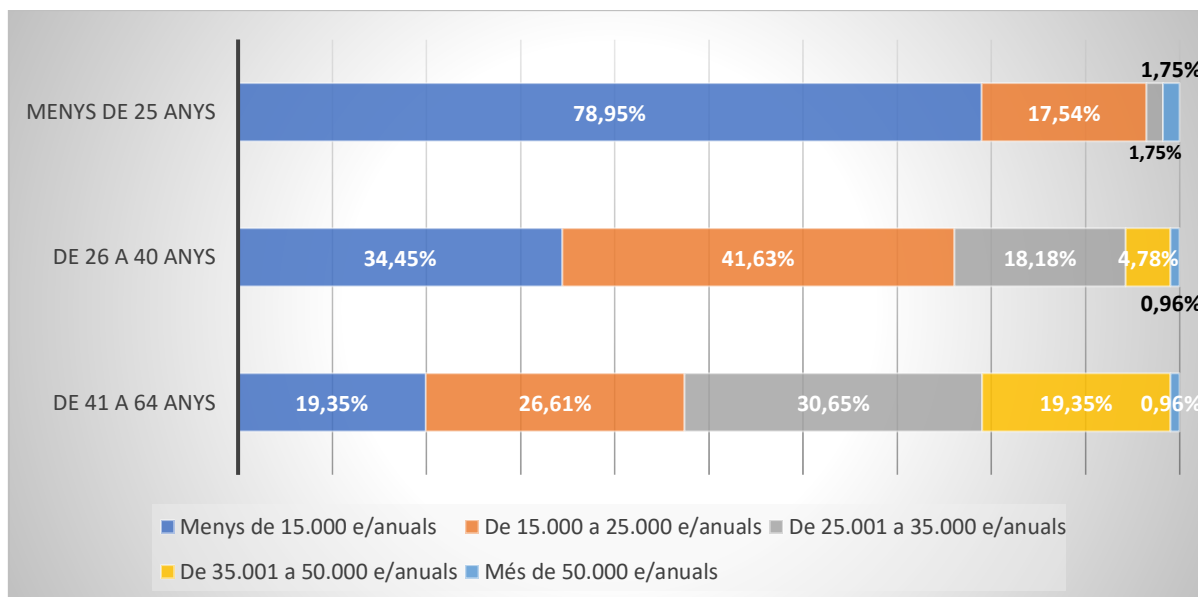
Un 96,49% dels enquestats menors de 25 anys té un salari inferior als 25.000 euros bruts anuals. De fet, més de tres quartes parts (gairebé un 79%) se situa per sota dels 15.000 euros bruts a l'any, mentre que un 17,54% cobra entre els 15.000 i els 25.000. Cal tenir en compte, a més, que el percentatge d'estudiants en pràctiques és molt baix (un 2%, tal com s'indica a la taula 4.9), de manera que els baixos salaris no es poden atribuir al fet que hi hagi molts estudiants encara en formació, sinó que són els sous que es troben amb els joves en sortir de la universitat.

En el grup d'edat d'entre 26 i 40 anys, la situació experimenta una lleugera millora, tot i que bona part dels sous encara són inferiors a la mitjana catalana i espanyola. La major part dels enquestats, un 41,63%, cobra entre 15.000 i 25.000 euros bruts anuals, mentre que un 34,45% es troba per sota dels 15.000. Entre aquest col·lectiu, doncs, el percentatge de professionals amb salaris per sota els 25.000 euros bruts anuals se situa en un 76,08%; una xifra que, malgrat ser inferior al 96,49% dels menors de 25 anys, continua essent molt elevada. En canvi, en aquesta franja d'edat comença a haver-hi alguns percentatges significatius en les categories salarials superiors: un 18,18% de participants declara cobrar de 25.000 a 35.000 euros bruts anuals i un 4,78% es troba en la franja dels 35.000 als 50.000.

No és, doncs, fins a partir dels 41 anys que els salaris comencen a ser més elevats. Al contrari del que succeeix amb els periodistes més joves, que tenen la majoria de sous concentrats en les franges salarials més baixes, en aquest cas el principal percentatge (30,65%) correspon als professionals que cobren un salari mitjà, d'entre 25.000 i 50.000 euros anuals. En canvi, la xifra d'enquestats que cobra menys de 15.000 euros bruts anuals cau fins a un 19,35%, i els que oscil·len entre els 15.000 i els 25.000 se situen en un 26,61%. Entre els més veterans, doncs, el percentatge de professionals que cobra per sota els 25.000 euros anuals se situa per sota de la meitat (un 45,96%), una xifra que, malgrat suposar una evident millora en relació als més joves, continua essent elevada. D'altra

banda, en aquesta franja d'edat hi ha un 19,35% d'enquestats que cobra entre 35.000 i 50.000 euros bruts anuals, el que significa el percentatge més elevat entre tots els grups d'edat. També hi ha un 4,03% que compta amb uns ingressos superiors als 50.000 euros bruts anuals.

Gràfic 28. Relació de variables entre edat i salari¹⁷



Aquesta precarietat salarial que afecta els periodistes més joves confirma una situació que ja s'havia detectat en estudis anteriors (Soler et al, 2006; Alsius et al, 2010), i que no és exclusiva de Catalunya, sinó que es correspon amb el context espanyol: segons l'Informe Anual de la Profesión Periodística, al conjunt de l'Estat hi ha un 55% de periodistes menors de 30 anys que cobren menys de mil euros al mes (Palacio et al, 2018).

En el context europeu, en canvi, els baixos salaris no són la qüestió que més preocupa als joves periodistes. Els participants en el projecte Media Act consideren que abans hi ha altres problemes més importants, com per exemple les pressions econòmiques i com afecten la qualitat de la informació (Fengler et al, 2014). Es torna a comprovar, doncs,

¹⁷ Els majors de 65 s'han exclòs per haver rebut menys de deu respostes

que el problema de la precarietat econòmica, en aquest cas entre els joves, es troba especialment arrelat a Catalunya i Espanya, i que no és tan rellevant a nivell europeu.

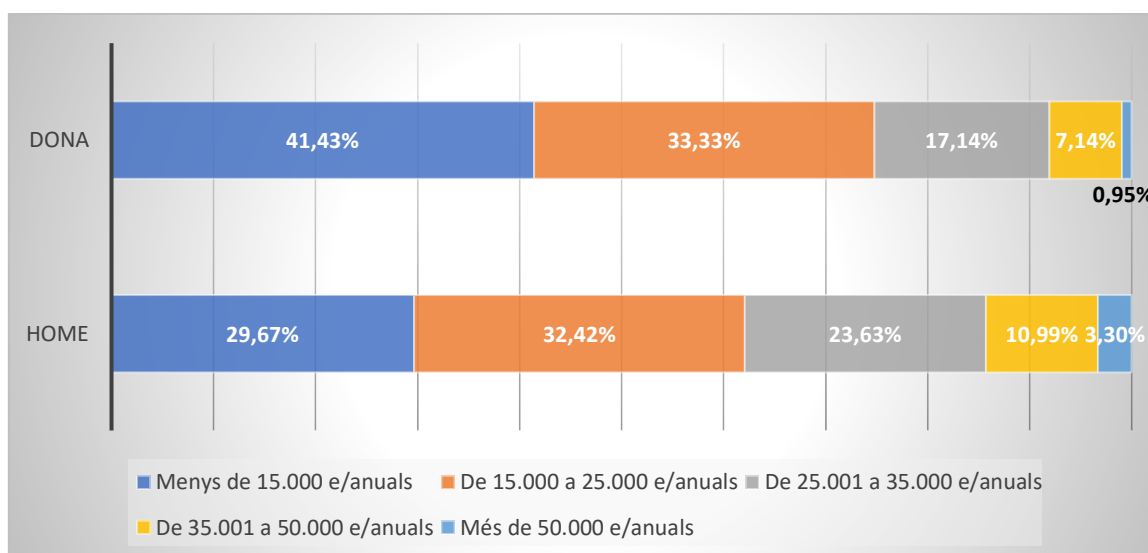
b) Salari més elevats entre els homes

Les dades obtingudes en l'enquesta demostren que, de forma general, els periodistes de gènere masculí gaudeixen de salaris més elevats que les dones (vegeu gràfic 29): a la franja salarial més baixa (menys de 15.000 euros bruts anuals) hi ha una clara majoria de dones; a la franja mitjana-baixa (entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals) els percentatges dels dos gèneres són molt similars, i en canvi, a les franges de sous més elevats (a partir dels 25.001 euros bruts anuals), la presència d'homes és més elevada.

Un 41% de les dones declara situar-se en la franja salarial més baixa; és a dir, cobrar menys de 15.000 euros bruts anuals; mentre que només hi ha un 29,67% d'homes que perceben aquesta quantitat. La diferència, doncs, és de gairebé dotze punts percentuals. Aquesta dada es pot explicar, en part, pel fet que els baixos salaris afecten, sobretot, als enquestats més joves i amb menys experiència professional, entre els quals hi ha una major presència de dones que d'homes.

En la franja salarial mitjana-baixa (entre 15.001 i 25.0000 euros bruts anuals), els percentatges dels dos gèneres són molt similars: en el cas de les dones se situa en un 33,33%, mentre que en el dels homes és d'un 32,42%. No s'observen, per tant, diferències destacables. Sí que n'hi ha, en canvi, a partir dels 25.001 euros anuals, on es constata un predomini clar del gènere masculí. Així, mentre que un 23,63% dels homes cobra entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals, en el cas de les dones el percentatge cau fins a un 17,14%. També hi ha un 10,99% d'homes que cobra de 35.000 a 50.000 euros bruts anuals davant de només un 7,4% de dones, i en els pocs casos de participants que superen els 50.000 euros anuals hi ha més homes (3,3%) que dones (0,95%). Aquestes dades també es poden atribuir al fet que entre els periodistes més veterans -que, com s'ha vist, obtenen els millors salaris- hi ha una majoria clara d'homes.

Gràfic 29. Relació de variables entre gènere i salari



Aquesta diferència salarial entre ambdós gèneres tampoc és una novetat, sinó que confirma una tendència ja apuntada en els anteriors estudis. Per exemple, l'enquesta d'Alsus et al (2010) va obtenir uns resultats molt similars als actuals, ja que també va detectar que les dones eren majoritàries en les franges salarials més baixes, que hi havia igualtat en les intermèdies i que els homes obtenien millors percentatges entre els salaris més elevats. De la mateixa manera, diferents edicions de l'Informe Anual de la Profesió Periodística també han detectat una discriminació salarial de gènere a favor dels homes (Palacio et al, 2018).

c) La formació no garanteix un millor salari

Igual que succeeix amb l'estabilitat o la categoria professional, els resultats de l'enquesta mostren que un major nivell de formació no garanteix un salari més elevat, sinó al contrari: en les categories salarials més baixes es troben, majoritàriament, els participants amb una major especialització, és a dir, els graduats en Periodisme o Comunicació i professionals amb màster o postgrau (vegeu gràfic 30). En canvi, els graduats en altres matèries o els que no tenen estudis universitaris registren uns majors percentatges en les franges salarials més altes. Aquest fenomen es pot relacionar, en primer lloc, amb la variable de l'edat, ja que com s'ha vist els joves són els que compten amb un major grau de formació (vegeu gràfic 2) però són alhora són els que es troben amb uns salaris més

baixos (gràfic 28). D'altra banda, també es pot atribuir al fet que nous perfils professionals que no estan directament relacionats amb els estudis de Periodisme, com ara programadors informàtics o experts en dades, cada vegada són més valorats i, per tant, remunerats.

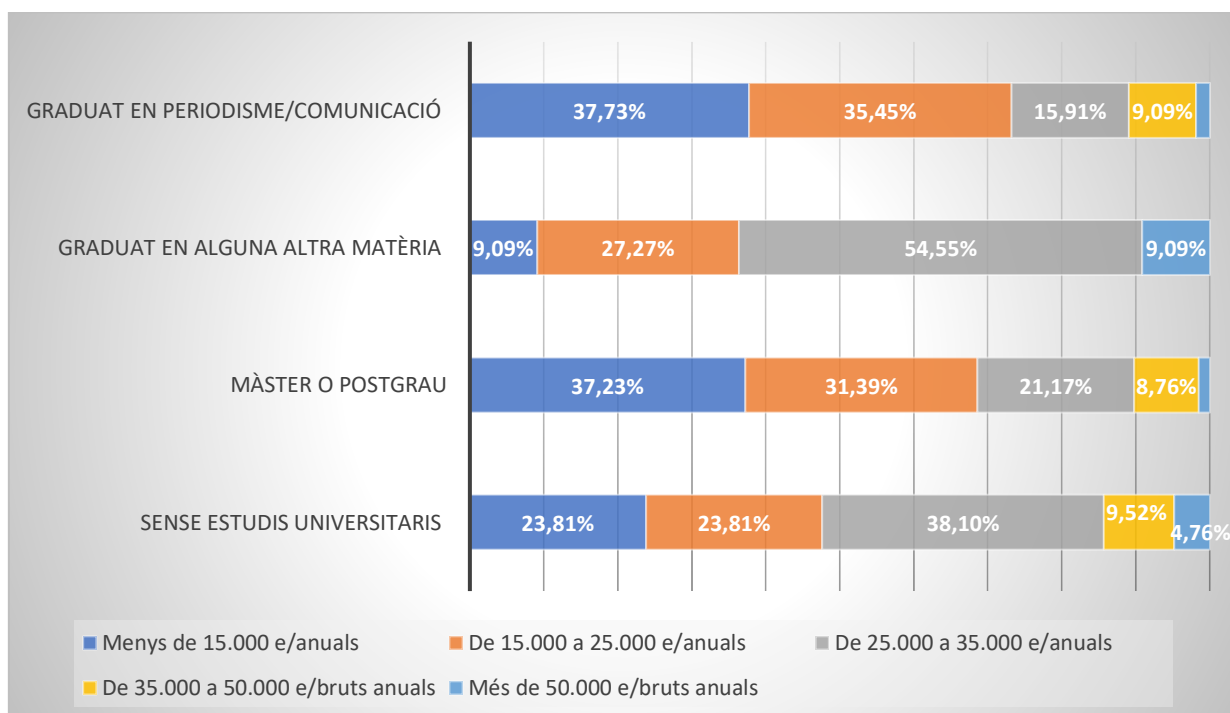
Fins a un 37,73% dels participants graduats en Periodisme o Comunicació i un 37,23% dels que compten amb màster o postgrau -és a dir, els més formats- cobren menys de 15.000 euros bruts anuals, de manera que es troben en la franja salarial més baixa. En canvi, aquest percentatge es redueix fins a un 23,81% entre els que no tenen estudis universitaris i un 9,09% entre els graduats en altres matèries. Aquesta circumstància s'explica pel fet que els periodistes amb un menor grau de formació són habitualment els més veterans (vegeu gràfic 2), que gràcies a la seva trajectòria acumulada gaudeixen dels salaris més elevats (tal com es veurà en el gràfic 31).

Una situació similar s'observa en la franja salarial d'entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals, un interval de sou mitjà-baix on també es detecta una presència majoritària dels participants amb un grau de formació més elevat. Segons els resultats de l'enquesta, afirmen cobrar aquest salari un 34,45% dels graduats en Periodisme o Comunicació i un 31,39% dels que han assolit un màster o postgrau; mentre que el percentatge cau fins a un 27,2% entre els graduats en altres matèries i un 23,81% entre els que no han cursat estudis universitaris.

Aquesta tendència s'inverteix a partir dels 25.000 euros bruts anuals, ja que a partir d'aquesta quantitat els principals percentatges corresponen als professionals sense estudis o graduats en altres matèries. Només un 15,91% dels graduats en Periodisme o Comunicació i un 21,17% dels que compten amb màster o postgrau afirmen cobrar entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals; un percentatge que creix fins a un 54,55% entre els graduats en altres matèries i un 38,1% entre els que no disposen d'estudis universitaris. En les franges salarials superiors, tanmateix, la diferència no és tan significativa: un 9,52% dels participants que no tenen estudis universitaris cobra entre 35.001 i 50.000 euros anuals, una xifra que s'acosta molt a la dels graduats en Periodisme o Comunicació

(9,09%) i als que tenen màster o postgrau (8,76%). A partir dels 50.000 euros bruts anuals, malgrat que el nombre global de respostes (8) és molt baix per poder-se considerar representatiu, es torna a observar una major presència dels graduats en altres matèries (9,09%) i dels que no tenen estudis universitaris (4,76%) per davant dels graduats en Periodisme o Comunicació (1,82%) o dels que tenen màster o postgrau (1,46%).

Gràfic 30. Relació de variables entre nivell d'estudis i salari¹⁸



d) Més de setze anys per assolir un bon sou

La variable dels anys d'experiència professional permet comprovar com es necessita una dilatada trajectòria per aconseguir un bon salari, ja que, igual que succeeix amb l'edat, s'observa una correlació directa entre els anys d'experiència i el salari percebut (vegeu gràfic 31). Els periodistes que porten fins a cinc anys treballant se situen majoritàriament en les franges salarials més baixes, mentre que a partir dels 6-15 anys d'experiència la situació comença a millorar una mica, tot i que encara hi ha percentatges molt elevats de

¹⁸ Els doctors s'han exclòs per haver rebut menys de deu respostes

participants en les categories salarials més baixes. Només a partir dels 16-20 anys en la professió els salaris de caràcter mitjà-alt comencen a ser majoritaris.

Tal com s'ha comprovat amb la variable de l'edat, es confirma que els inicis en la professió estan vinculats a uns sous molt baixos. Entre els participants que tenen menys de dos anys d'experiència, la gran majoria (77,27%) cobra menys de 15.000 euros bruts anuals, un 18,18% en percep entre 16.001 i 25.000 i només un 4,55% cobra de 25.001 a 35.000 euros bruts anuals. No n'hi ha cap que superi aquesta xifra. I pel que fa als que tenen entre 2 i 5 anys d'experiència, les condicions continuen essent dures: més de la meitat (57,69%) cobra menys de 15.000 euros bruts anuals, mentre un 33,33% té un sou d'entre 15.001 i 25.000. Per tant, un 91% d'aquest col·lectiu cobra una xifra similar o inferior al salari mitjà català i espanyola, mentre que només hi ha un 7,69% que se situa entre els 25.001 i 35.000 euros. En canvi, no hi ha ningú que cobri de 35.001 a 50.000 euros, i només es detecta un 1,28% -que es pot considerar una excepció- que cobra més de 50.000 euros anuals.

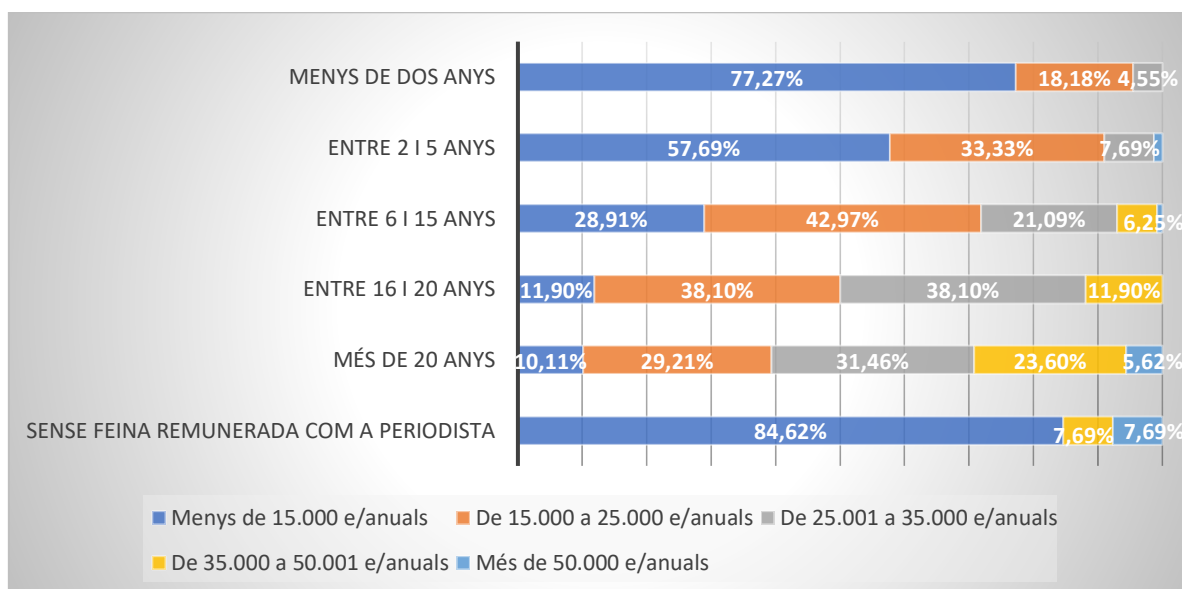
Entre els participants que tenen entre 6 i 15 anys d'experiència, la situació salarial comença a millorar, tot i que molt lentament. En aquest cas, el grup majoritari (42,97%) cobra entre 15.001 i a 25.000 euros bruts anuals, de manera que ja no se situa en la franja salarial més baixa, sinó en la mitjana-baixa. En segon lloc, tanmateix, es continuen situant els que cobren menys de 15.000 euros bruts anuals, que en aquest cas suposen el 28,91%. Les dades indiquen, doncs, que en el grup de participants amb una trajectòria d'entre 6 i 15 anys encara hi ha un 71,88% cobra per sota dels 25.000 euros bruts anuals. Tanmateix, en aquesta franja el col·lectiu que té un sou d'entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals ascendeix ja fins a un 21,09%, i comença a haver-hi un percentatge, tot i que petit (6,25%), de sous que van entre els 35.001 i 50.000 euros bruts anuals. També hi ha un percentatge residual (0,78%) que afirma superar els 50.000 euros bruts anuals.

Entre els participants que tenen entre 16 i 20 anys d'experiència, el nivell salarial ja se situa en la franja mitjana-alta. En aquest cas, la immensa majoria cobra entre 15.001 i 25.000 o entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals (un 38,1% en cada cas). En canvi,

només hi ha un 11,9% que cobra per sota dels 15.000 euros bruts anuals i un 11,9% més que se situa entre els 35.001 i els 50.000. Finalment, els participants amb més de vint anys d'experiència veuen, generalment, la seva trajectòria recompensada en l'àmbit econòmic. En aquest col·lectiu, la principal franja salarial (31,46%) és mitjana-alta, ja que se situa entre els 25.001 i els 35.001 euros bruts anuals. En segon lloc es troben els que perceben salaris d'entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals (29,21%), mentre que la tercera posició correspon a la franja salarial que va dels 35.001 als 50.000. En canvi, només hi ha un 10,11% que cobri per sota els 15.000 euros bruts anuals i un 5,62% que se situa per sobre els 50.000.

Pel que fa als participants que afirmen no haver tingut mai feina remunerada com a periodistes, el principal percentatge (88,62%), amb molta diferència, correspon als que cobren per sota dels 15.000 euros bruts anuals, que podrien ser joves que s'estan intentant obrir camí en la professió. Tanmateix, també destaca el fet que hi ha un 7,69% d'enquestats sense experiència en el món del periodisme que afirma cobrar entre 35.001 i 50.000 euros bruts anuals, i un 7,69% més que supera els 50.000. Això es deu, probablement, al fet que són persones que tenen formació en Periodisme però que s'han dedicat a altres professions més ben remunerades.

Gràfic 31. Relació de variables entre anys d'experiència i salari



e) Precarietat salarial en l'àmbit digital

Al costat de l'edat i els anys d'experiència, el tipus de mitjà pel qual es treballa es revela com una de les variables més influents a l'hora de determinar el salari. Els sous més precaris es troben, amb diferència, en els mitjans digitals -on més de la meitat dels treballadors cobra per sota els 15.000 euros bruts anuals-, tot i que en premsa i ràdio el percentatge més elevat també se situa en aquesta franja (vegeu gràfic 32). En canvi, als gabinets de comunicació i a la televisió els salaris són més elevats, ja que es redueix la xifra de participants situats en la franja salarial més baixa i el principal percentatge se situa entre els 15.001 i els 25.000 euros bruts anuals. Tot i això, destaca el fet que en cap cas el principal grup salarial se situa per sobre dels 25.001 euros bruts anuals, de manera que es pot afirmar que la majoria de treballadors cobra uns sous generalment baixos independentment del tipus de mitjà.

Els mitjans digitals són, clarament, els que ofereixen uns salaris més baixos. Un 81,88% dels seus treballadors afirmen percebre sous situats en la franja baixa i mitjana-baixa, ja que més de la meitat (un 53,62%) cobra menys de 15.000 euros bruts anuals i un 28,26% n'ingressa entre 15.001 i 25.000. Per tant, només un 18,% dels participants que treballen en aquest tipus de mitjans tenen salaris situats a partir de la franja mitjana-alta, és a dir, situada per sobre els 25.000 euros bruts anuals: un 11,59% en cobra entre 25.001 i 35.000, un 5,79% entre 35.001 i 50.000 i tan sols un percentatge residual del 0,72% supera els 50.000.

A continuació es troben la premsa i la ràdio, on els salaris també són majoritàriament baixos. En el cas dels mitjans escrits, són el segon tipus de mitjà -després dels digitals- amb un major percentatge de treballadors amb sous inferiors als 15.000 euros bruts anuals, amb un percentatge que se situa en el 40%. També hi ha un 30,55% que se situa en la franja dels 15.001 als 25.000 euros bruts anuals, de manera que en total més d'un 70% dels participants que treballen en premsa se situen en la franja salarial baixa o mitja-baixa. Del 30% restant, hi ha un 21,52% que cobra entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals, un 6,94% que n'ingressa de 35.001 a 50.000 i de nou tan sols un percentatge residual, del 0,69%, que supera els 50.000.

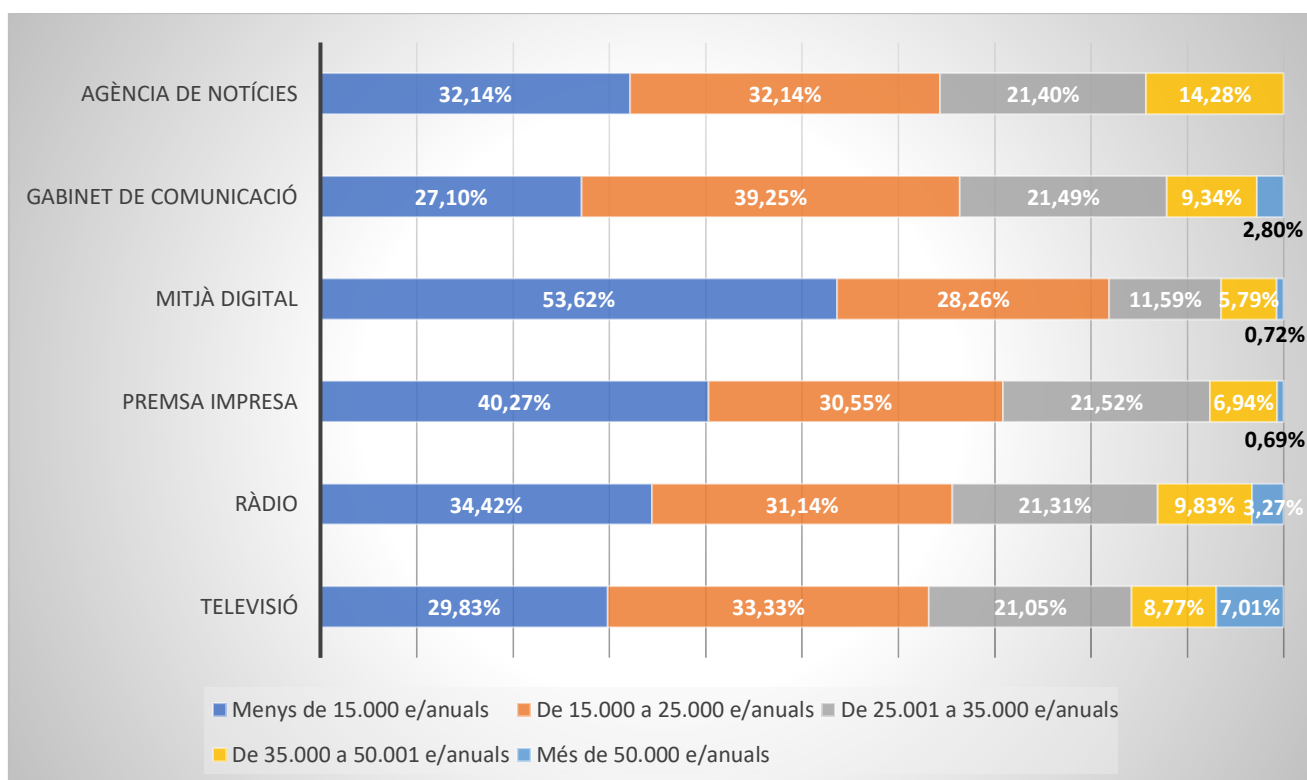
Amb relació a la ràdio, el percentatge de treballadors que té salaris situats en les franges baixa o mitjana-baixa també és majoritari, ja que arriba fins a un 65,56%. En aquest cas, hi ha un 34,42% de participants que ingressa per sota dels 15.000 euros bruts anuals i un 31,14% que en cobra entre 15.001 i 25.000. Per tant, només el 35% restant té sous situats en les franges mitjana-alta i alta: un 21,31% té ingressos d'entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals, un 9,83% en cobra entre 35.001 i 50.000 i només el 3,27% supera els 50.000. Tot i això, en el cas de la ràdio s'ha de tenir en compte també la titularitat de l'empresa, ja que, com es veurà més endavant (gràfic 34), els sous dels mitjans públics són, de forma general, considerablement més elevats que els dels privats.

Pel que fa a les agències de notícies, els salaris també són majoritàriament baixos, ja que el percentatge de sous situats en la franja baixa o mitjana-baixa arriba fins al 64,28%. En aquest cas, hi ha la mateixa quantitat de professionals cobrant per sota els 15.000 euros bruts anuals que en la franja d'entre 15.001 i 25.000, ja que en ambdós casos el percentatge se situa en un 32,14%. Així doncs, queda només un 35,68% que cobra per sobre els 25.000 euros bruts anuals: concretament, hi ha un 21,4% que se situa entre els 25.001 i els 35.000 i un 14,28% que n'ingressa entre 35.001 i 50.000. Tanmateix, no n'hi ha cap que superi aquesta quantitat.

Per contra, els gabinets de comunicació i la televisió són els mitjans que ofereixen unes millors condicions salarials. Aquests són els dos únics casos en què el percentatge més elevat no correspon als treballadors que cobren menys de 15.000 euros bruts anuals, sinó als que n'ingressen entre 15.001 i 25.000. Concretament, els gabinets de comunicació són el sector que compta amb un menor percentatge de treballadors amb sous per sota dels 15.000 euros bruts anuals (només un 27,1%), mentre que el seu major gruix (39,25%) se situa entre els 15.001 i els 25.000. Tot i això, la xifra de treballadors que cobra per sota dels 25.000 euros bruts anuals continua essent alta, ja que se situa en un 66,35%. Del 33,6% que supera aquesta quantitat, hi ha un 21,49% que cobra entre els 25.001 i els 35.000 euros bruts anuals, un 9,34% que n'ingressa entre 35.001 i 50.000 i un 2,8% que supera els 50.000.

En una línia similar, el principal percentatge de treballadors de la televisió (un 33,33%) cobra entre 15.000 i 25.001 euros bruts anuals, mentre que la xifra de participants que té uns ingressos per sota d'aquesta quantitat baixa fins a un 29,83%. Del 36,83% que supera els 25.001 euros bruts anuals, hi ha un 21,05% que se situa entre els 25.001 i els 35.000, un 8,77% que es troba en l'interval d'entre 35.001 i 50.000 i un 7,01% que supera els 50.000. D'aquesta manera, la televisió és, amb diferència, el tipus de mitjà que té un major percentatge de treballadors en la franja salarial més alta. Tanmateix, igual que succeeix amb la ràdio, s'ha de tenir també en compte la variable de titularitat de l'empresa, ja que els salaris són més elevats en el sector públic que el privat, tal com reflectirà el gràfic 34.

Gràfic 32. Relació de variables entre tipus de mitjà i salari



Pel que fa al fenomen de la pluriocupació, en línies generals no va associada a un millor sou, sinó que la majoria de participants que treballen per a dos o més tipus de mitjans es troben dins les franges salarials més precàries. Tal com s'ha observat prèviament, hi ha un 21% d'enquestats que treballa per a dos tipus de mitjans diferents (vegeu taula 4.6), però les dades indiquen que això no els garanteix un millor sou, al contrari. Gairebé la

meitat d'aquest col·lectiu (un 48,83%) ingressa menys de 15.000 euros bruts anuals, mentre que un 27,9% en percep entre 15.001 i 25.000. Així doncs, dins d'aquest grup, el percentatge de treballadors que supera els 25.000 euros bruts anuals se situa només en un 25,57%, un percentatge inferior a totes les tipologies de mitjans excepte els digitals. La situació, però, pot presentar matisos en funció del tipus de mitjà pel qual es treballi: per exemple, la majoria dels enquestats que treballen per a mitjans escrits i digitals cobren menys de 15.000 euros bruts anuals, mentre que en canvi la combinació de ràdio i gabinet de comunicació se situa majoritàriament a la franja dels 25.001 als 35.000 euros bruts anuals.

Tampoc obtenen uns salaris més elevats els professionals que treballen per a tres tipus de mitjans diferents, que suposen un 6,63% dels participants en l'enquesta. Dins d'aquest col·lectiu, hi ha un 48,14% que cobra menys de 15.000 euros bruts anuals i un 33,33% que n'ingressa entre 15.001 i 25.000, fet que suposa que un 81,47% dels seus membres cobra per sota els 25.000 euros bruts anuals i que només un 18,51% se situa per sobre d'aquesta xifra, un percentatge que fins i tot és inferior que el dels mitjans digitals. A més, entre els participants també hi ha dues persones que treballen per a quatre tipus de mitjans diferents i una per a sis, però en ser xifres tan baixes no se'ls pot atorgar rellevància estadística.

f) Sous més baixos en l'àmbit local

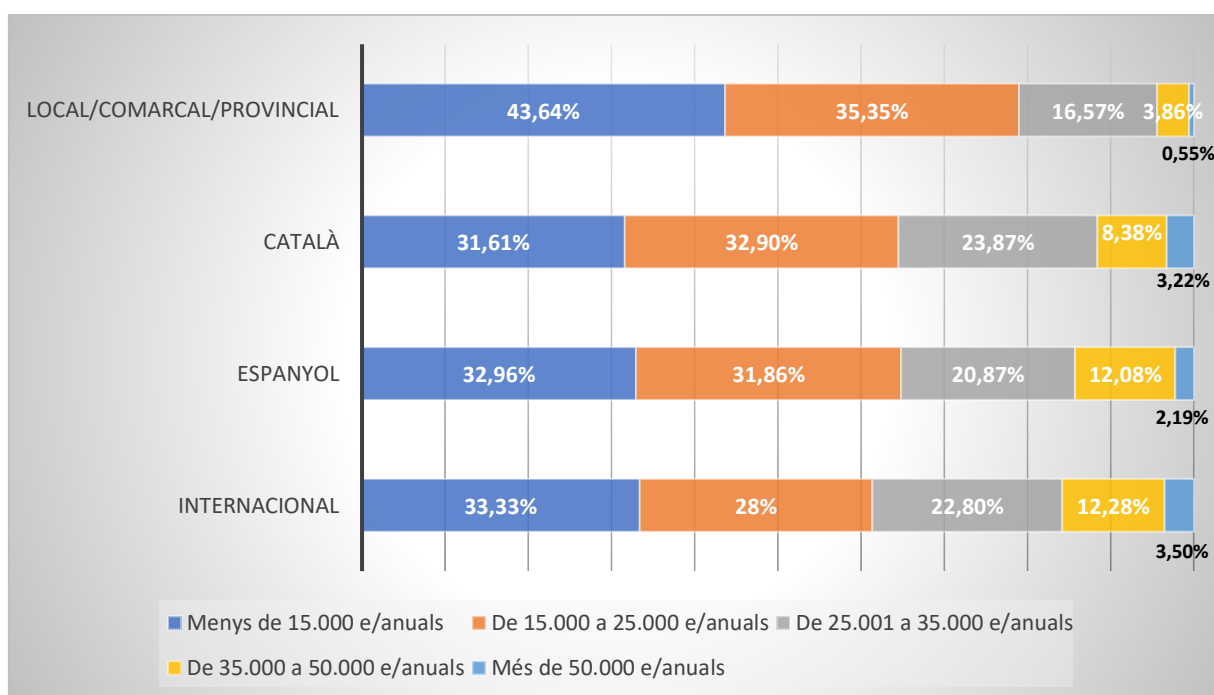
La variable de l'àmbit territorial també té una influència clara en salari, ja que els sous més baixos es localitzen en els mitjans de proximitat; és a dir, locals, comarcals o provincials (vegeu gràfic 33). En aquest àmbit, el principal percentatge de participants - un 43,64% - declara ingressar menys de 15.000 euros bruts anuals, mentre que en la resta de categories (àmbit català, espanyol i internacional) la xifra de treballadors situats en la franja salarial més baixa se situa en poc més d'un 30%.

Entre els treballadors de mitjans de proximitat, a banda d'aquest 43,64% que cobra per sota els 15.000 euros bruts anuals, també hi ha un 35,35% que n'ingressa entre 15.000 i

25.001. Això significa que un 79% dels treballadors de mitjans locals, comarcals o provincials cobra menys de 25.000 euros bruts anuals, mentre que només un 21% se situa per sobre d'aquesta xifra. En canvi, a la resta d'àmbits territorials -català, espanyol i internacional-, el percentatge de treballadors que supera els 25.000 euros bruts anuals es troba per sobre del 30%.

Els mitjans d'abast català, espanyol i internacional no presenten diferències salarials massa rellevants entre ells. Tot i això, sí que destaca el fet que els mitjans d'àmbit català són els únics on el principal percentatge de treballadors (un 32,9%) cobra entre 15.000 i 25.001 euros bruts anuals, mentre que els que n'ingressen menys de 15.000 se situen lleugerament per darrere, amb un 31,61%. En canvi, en els àmbits espanyol i internacional, els salaris per sota dels 15.000 euros bruts anuals són majoritaris, amb un 32,61% i un 33,33% respectivament, tot i que per poca diferència. D'altra banda, els participants que treballen en mitjans internacionals tenen el percentatge més alt de salaris superiors als 25.000 euros anuals (un 38,58%), seguits a poca distància pels que treballen en mitjans d'abast català (35,47%) i espanyol (35,14%).

Gràfic 33. Relació de variables entre l'àmbit territorial i el salari

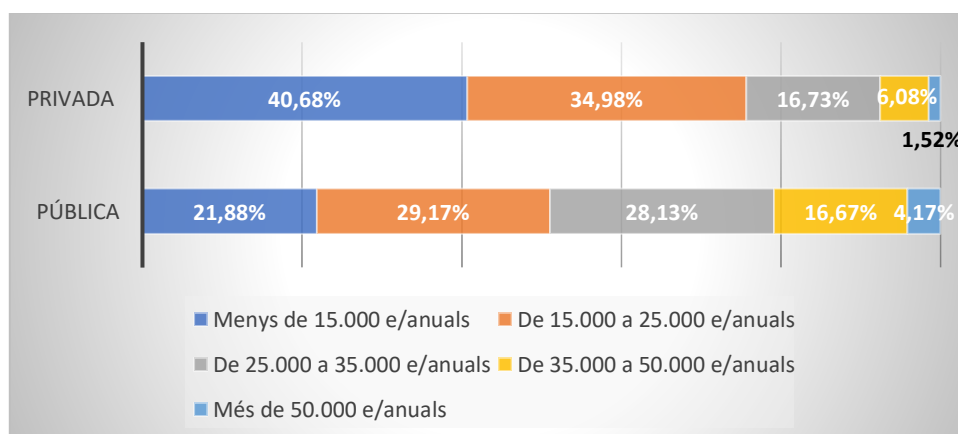


g) Retribucions superiors a l'empresa pública

La titularitat de l'empresa on es treballa es revela com una altra de les variables fonamentals amb relació al salari, ja que les retribucions als mitjans públics són considerablement més elevades que als mitjans privats (vegeu gràfic 34). Segons les dades obtingudes, quatre de cada deu treballadors d'empreses privades (un 40,68%) cobra menys de 15.000 euros bruts anuals, mentre que en els mitjans públics aquesta xifra se situa pràcticament a la meitat, amb un 21,88%. En la franja salarial mitjana-baixa (de 15.001 a 25.000 euros bruts anuals), també s'observa un percentatge més elevat de treballadors de mitjans privats (34,98%) que públics (29,17%).

Els treballadors públics, en canvi, registren percentatges més elevats en les franges salarials més altes. Així, un 28,13% dels treballadors del sector públic cobra entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals, mentre que només un 16,73% dels empleats de mitjans privats arriba a aquesta quantitat. De la mateixa manera, un 16,67% dels treballadors de mitjans públics ingressa 35.001 i 50.000 euros bruts anuals, davant de només un 6,08% en el cas dels mitjans privats. Finalment, entre els participants que ingressen més de 50.000 euros bruts anuals, malgrat ser poc representatius perquè es tracta només de vuit persones, també hi ha un 4,17% que treballa en empreses públiques i tan sols un 1,52% que ho fa en privades.

Gràfic 34. Relació de variables titularitat de l'empresa i salari¹⁹



¹⁹ S'ha exclòs la categoria "altres"

Si s'observen les dades dels mitjans que poden ser de titularitat pública o privada -ràdio, televisió, agències de notícies i gabinets de comunicació-, es pot comprovar que existeixen importants diferències salarials a favor dels treballadors públics. En el cas dels professionals que estan empleats únicament en una emissora radiofònica -és a dir, sense tenir en compte els que treballen per a més d'un tipus de mitjà-, es veu clarament com els salaris de la ràdio pública són molt superiors als de la privada: un 73,17% dels treballadors d'emissores privades cobren per sota els 25.000 euros bruts anuals, mentre que en el cas de les ràdios públiques el percentatge cau fins a un 41,18%. En canvi, hi ha un 58,82% de treballadors d'emissores públiques que es troben en les franges salarials mitjana-alta i alta (és a dir, per sobre dels 25.000 euros bruts anuals), mentre que en el cas de les privades aquest percentatge només arriba a un 27,27%. També cal tenir en compte que els pocs treballadors que cobren més de 50.000 euros bruts l'any pertanyen tots a emissores de ràdio pública.

La mateixa situació de la ràdio es repeteix a la televisió, on els treballadors de les emissores públiques cobren, en general, sous més elevats que els de les privades. Segons les dades obtingudes, la meitat dels treballadors de les televisions privades cobra per sota els 15.000 euros bruts anuals, mentre que en el cas de les públiques aquest percentatge es redueix fins a un 12,5%. En canvi, un 62,5% dels empleats d'emissores públiques té ingressos superiors als 25.001 euros bruts anuals, una xifra que només supera un 28,57% dels treballadors de televisions privades. Igual que en el cas de la ràdio, per obtenir aquestes dades s'han tingut en compte només les persones que treballen exclusivament per al mitjà televisiu.

En el cas dels gabinets de comunicació i les agències de notícies, els salaris dels treballadors públics també són més elevats que els dels privats. El cas més extrem és el de les agències, ja que tots els enquestats que treballen per a agències privades afirmen tenir un salari per sota els 25.000 euros bruts anuals, mentre que en el cas de les públiques només un 36,36% es troba per sota d'aquest sou. Amb relació als gabinets de comunicació, les diferències, tot i que segueixen existint, no són tan grans. Més de la meitat dels participants que treballen per a gabinets privats, un 64,3%, es troba en franges salarials per sota dels 25.000 euros bruts anuals, mentre que en el cas dels gabinets

d'institucions públiques la xifra és una mica més baixa i se situa en un 56,52%. En canvi, només un 35,71% dels treballadors de gabinets privats cobra per sobre els 25.000 euros anuals, xifra que en el cas dels públics augmenta fins al 43,48%.

h) La inestabilitat genera baixos ingressos

La situació laboral és una altra de les variables que cal tenir molt en compte a l'hora d'analitzar els salaris (vegeu gràfic 35). Els contractes laborals a temps complet -que, com s'ha vist prèviament, només tenen la meitat dels enquestats- són els que garanteixen un major accés a les retribucions de les franges mitjana i alta, mentre que els professionals que es troben en altres situacions (contractes a temps parcial, col·laboracions remunerades i no remunerades, a l'atur, estudiants en pràctiques i jubilats) acostumen a tenir els sous més baixos. L'única excepció, tot i que amb matisos, són els autònoms.

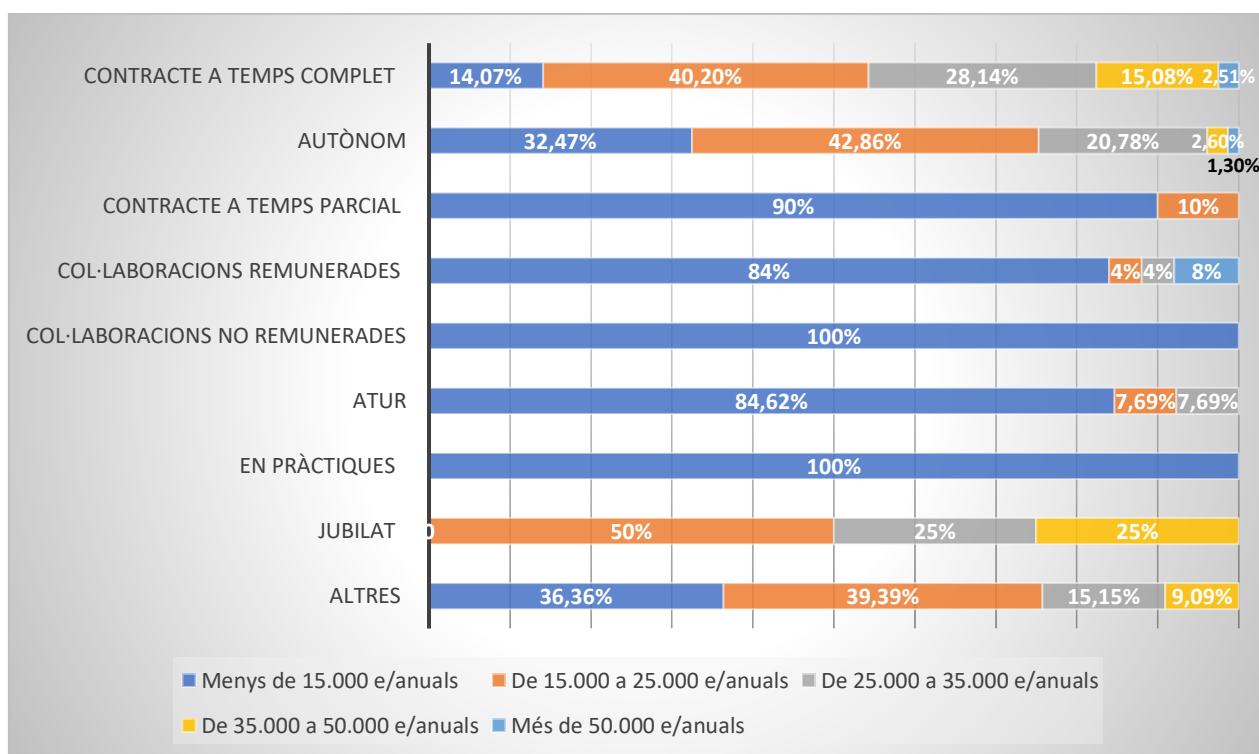
Els treballadors amb contractes a temps complet presenten els percentatges més elevats en les franges salarials més altes, mentre que en canvi n'hi ha molt pocs que cobrin per sota els 15.000 euros bruts anuals. La major part, un 40,2%, té ingressos d'entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals; és a dir, se situa en la mitjana-baixa, però en segon lloc se situen els que perceben entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals (28,14%) i, en tercera posició, els que estan entre els 35.001 i els 50.000 (15,08%). En canvi, només un 14,07% cobra per sota els 15.000 anuals. Per tant, aquest col·lectiu és el que gaudeix, generalment, d'una millor situació salarial. En canvi, no es pot dir el mateix dels que tenen un contracte a temps parcial, que es veuen abocats a salaris molt més baixos: el 90% cobra per sota dels 15.000 euros bruts anuals, mentre que el 10% restant es troba entre els 15.001 i els 25.000. No hi ha cap d'aquests participants que se situï en les franges salarials més altes, de manera que es pot constatar que els contractes a temps parcial condueixen a la precarietat econòmica.

Els autònoms, per la seva banda, són un cas a part, ja que malgrat la inestabilitat que pateixen tenen salaris generalment superiors als d'altres situacions professionals. De fet, són el segon col·lectiu, després dels assalariats a temps complet, amb una menor quantitat

de participants amb sous inferiors als 15.000 euros bruts anuals. El seu percentatge se situa en un 32,47%, més del doble que entre els contractats a temps complet però substancialment inferior al de casos com els contractes a temps parcial (90%) o les col·laboracions remunerades (84%). A més, també cal tenir en compte que el principal gruix d'autònoms, un 42,86%, se situa en la franja salarial d'entre els 15.001 i els 25.000 euros bruts anuals, i que hi ha un 20,78% que arriba a cobrar-ne entre 25.001 i 35.000, interval en el qual tenen el segon millor percentatge després dels contractats a temps complet. A partir d'aquí, hi ha un 2,6% que se situa entre els 35.001 i els 50.000 euros bruts anuals i només un 1,3% que supera els 50.000. Per tant, malgrat que la situació econòmica dels autònoms no és tan bona com la dels assalariats a temps complet, tampoc és tan precària com la dels contractats a temps parcial o els participants que realitzen col·laboracions.

Tret dels contractats a temps complet i els autònoms, la resta de situacions laborals estan associades a uns salaris molt baixos. Igual que succeeix amb un 90% dels contractats a temps parcial, el 84% dels enquestats que fan col·laboracions remunerades no arriba a ingressar ni 15.000 euros bruts anuals, de la mateixa manera que un 84,62% dels que estan a l'atur i tots els participants que fan col·laboracions no remunerades o són estudiants en pràctiques.

Gràfic 35. Relació de variables entre situació laboral i salari



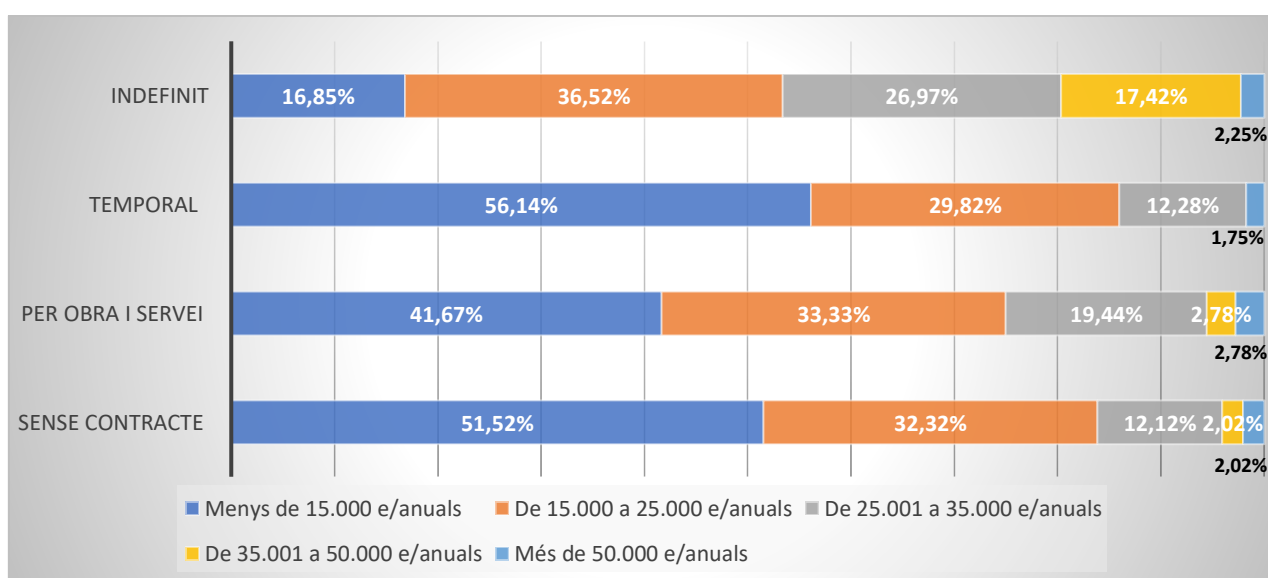
i) Contractes indefinits, sous més elevats

Si s'observa la variable del tipus de contracte, les dades indiquen que els professionals amb contractes indefinits no només gaudeixen d'una major estabilitat, sinó que també tenen retribucions més elevades que no pas els que estan en situació de temporalitat, per obra i servei o que no tenen cap mena de contracte (vegeu gràfic 36). Així, només un 16,85% dels participants que tenen contractes indefinits cobren menys de 15.000 euros bruts anuals, xifra que creix fins al 56,14% en el cas dels que estan en una situació temporal, un 41,67% entre els que estan contractats per obra i servei i un 51,52% entre els que no tenen contracte. Amb relació a la franja mitjana-baixa -dels 15.001 als 25.000 euros bruts anuals-, els percentatges són molt similars en tots els casos, ja que van del 29,82% entre els treballadors temporals fins a un 36,52% en el grup dels indefinits.

En canvi, tal com es pot observar en el gràfic, les categories salarials més altes estan clarament vinculades als contractes indefinits. Un 26,97% dels participants amb aquest tipus de contracte cobra entre 25.001 i 35.000 euros bruts l'any, un percentatge molt

superior al de la resta de categories: un 19,44% en el cas dels que treballen per obra i servei, un 12,28% entre els que disposen d'un contracte temporal i un 12,12% entre els que estan sense contracte. Si es contempla la franja salarial immediatament superior, la que va dels 35.001 als 50.000 euros bruts anuals, la diferència encara és més gran: un 17,42% dels contractats de forma indefinida se situen en aquest interval, mentre que només ho fa un 2,78% dels que estan per obra i servei i un 2,02% dels que no tenen contracte. En el cas dels treballadors temporals, cap d'ells arriba a cobrar aquesta quantitat.

Gràfic 36. Relació de variables entre tipus de contracte i salari



j) Estreta correlació entre categoria i salari

Tal com era previsible, s'aprecia una correlació entre la categoria professional i el salari: les categories laborals inferiors -corresponents als estudiants en pràctiques i als ajudants de redacció- tenen les retribucions més baixes, però aquestes van en augment a mesura que s'ascendeix en la categoria professional (vegeu gràfic 37). Tot i això, en aquest cas també s'han de tenir en compte altres variables, com per exemple el tipus de mitjà on es treballa.

Tots els participants que consten com a estudiants en pràctiques tenen ingressos inferiors als 15.000 euros bruts anuals, fet que es pot veure raonable si es considera que es troben en un període de formació. Pel que fa als ajudants de redacció, més de la meitat -un 55,56%- se situa en la franja salarial més baixa, mentre que un 39% cobra entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals. Per tant, gairebé un 95% dels membres d'aquesta categoria té ingressos inferiors als 25.000 euros bruts anuals, i només un 5,56% en cobra entre 25.001 i 35.000. Cap d'ells té ingressos superiors a aquesta quantitat. Es constata, doncs, que la precarietat salarial està molt estesa en les categories professionals més baixes.

En el cas de la categoria de redactors, que és on se situen la majoria de participants, els salaris comencen a ser una mica millors. La major part (39,51%) cobra entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals, i menys de la meitat (32,72%) té ingressos inferiors als 15.000. També comença a haver-hi un major percentatge de professionals que es troben entre els 25.001 i els 35.000 euros bruts anuals (17,9%), i fins i tot alguns que en cobren entre 35.001 i 50.000 (8,64%). Tot i això, és entre els càrrecs de responsabilitat -caps de secció, caps de redacció i directors- on es localitzen els majors percentatges dels salaris més elevats.

Per començar, la xifra de caps de secció que cobra per sota els 15.000 euros bruts anuals no arriba ni al 4%, i només un 28,57% se situa entre els 15.001 i els 25.000. En canvi, la major part (gairebé un 40%) té un salari d'entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals, i quasi un 29% es troba entre els 35.001 i els 50.000. Per tant, el 69% dels integrants d'aquesta categoria té ingressos corresponents a les franges salarials més altes; és a dir, superiors als 25.000 euros bruts anuals.

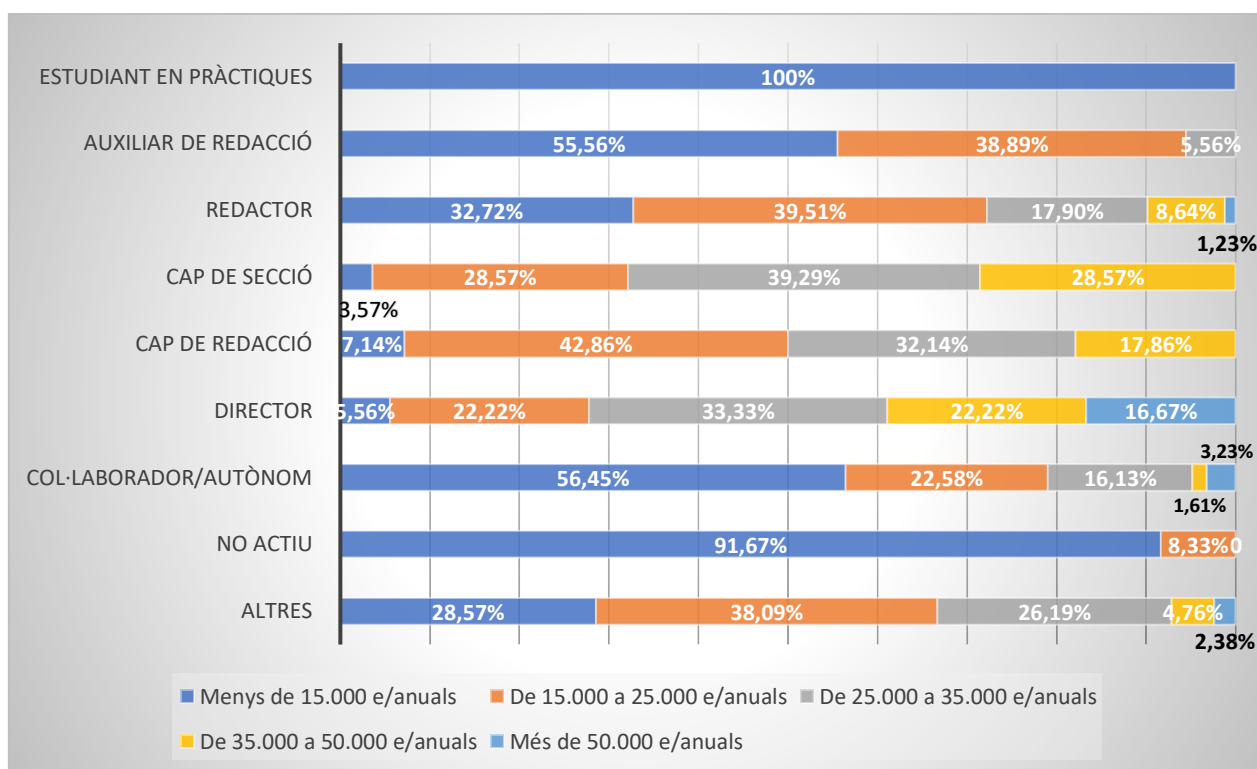
En el cas dels caps de redacció, crida l'atenció el fet que els seus salaris són, generalment, una mica més baixos que els dels caps de secció, malgrat ser una categoria teòricament superior. Aquest fet, que pot semblar una incongruència, té una explicació: els mitjans digitals, que són els que ofereixen salaris més baixos (vegeu gràfic 32), són els que presenten un major percentatge de caps de redacció, fet que contribueix a rebaixar la mitjana salarial de la categoria. D'aquesta manera, la major part dels caps de redacció

(42,86%) cobra entre els 15.001 i els 25.000 euros bruts anuals, i un 7,14% es troba per sota els 15.001. Així doncs, només la meitat de la categoria (50%) cobra per damunt dels 25.000 euros anuals, mentre que en el cas dels caps de secció, com s'ha apuntat, era de gairebé el 69%. Per la seva banda, els directors gaudeixen de les franges salarials més altes, ja que un 72,22% té un salari superior als 25.000 euros anuals. A més, un 16,67% cobra per sobre dels 50.000, un percentatge molt més elevat que en la resta de categories professionals.

Pel que fa als participants no actius, és lògic que la majoria (un 91,67%) cobri per sota els 15.000 euros bruts anuals, ja que, com s'ha vist, molts d'ells estan a la recerca de feina o encara no han començat la seva carrera professional. En canvi, destaca el fet que els col·laboradors i autònoms tenen un percentatge de sous per sota els 15.000 euros bruts anuals molt similar al dels ajudants de redacció (en aquest cas, d'un 56,45%). Tal com s'ha vist en el gràfic 35, aquests baixos salaris s'expliquen, sobretot, per les col·laboracions, que estan molt mal pagades o que en alguns casos ni tan sols són remunerades.

Tot i això, s'ha de tenir en compte que, com s'ha vist prèviament, les categories professionals no estan estandarditzades, sinó que estan influïdes per diversos factors. El salari associat a la categoria depèn molt del tipus de mitjà on es treballa - ja que, per exemple, en els mitjans digitals els sous són inferiors a la mitjana-, l'àmbit territorial - perquè els mitjans locals, comarcals i provincials estan més mal pagats que la resta- i la titularitat de l'empresa, ja que els salaris del sector privat són més baixos que en el públic.

Gràfic 37. Relació de variables entre categoria professional i salari



4.2 Percepció de la precarietat per part dels professionals

Després d’haver constatat que les condicions laborals de bona part dels participants presenten un elevat grau de precarietat -especialment en forma d’instabilitat i baixos salaris-, aquest segon subapartat se centra en les reaccions dels professionals davant d’aquesta situació. Per a fer-ho, s’avalua quin és el grau de satisfacció amb les seves condicions laborals, com han evolucionat al llarg de la seva trajectòria professional, quines són les seves principals preocupacions i fins a quin punt la seva situació laboral els influeix en la pràctica del periodisme.

4.2.1 Grau de satisfacció amb les condicions laborals

El grau de satisfacció dels participants en relació amb les seves condicions laborals s’avalua a partir d’una escala numèrica de l’1 al 10, en què 1 és “molt insatisfet” i 10 “molt satisfet”. Els resultats permeten comprovar que, malgrat que els enquestats aproven les seves condicions de treball amb una valoració mitjana de 6,27, el grau de satisfacció

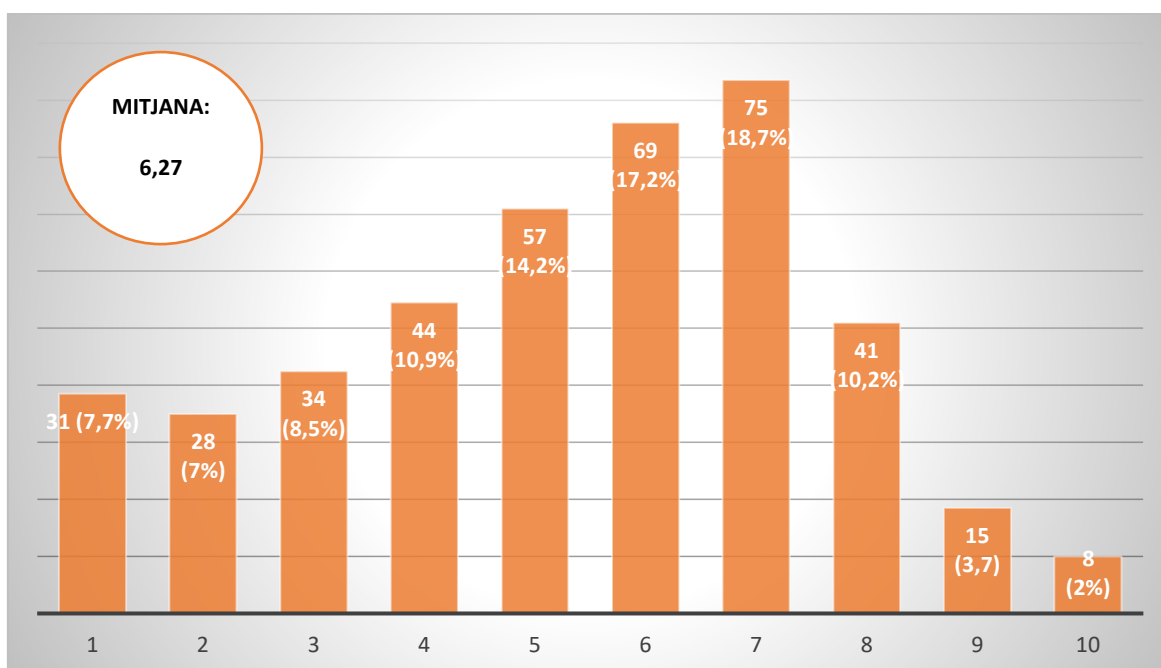
és molt inferior entre els col·lectius que pateixen unes condicions més precàries i s'eleva entre aquells que disposen de millors salaris o més estabilitat.

4.2.1.1. Resignació davant la precarietat

Tot i la precarietat que existeix en la professió, es percep una certa resignació entre els enquestats davant d'aquesta realitat. Quan se'ls demana que qualifiquin en una escala numèrica de l'1 al 10 quin és el seu grau de satisfacció amb les condicions laborals, el resultat, de mitjana, se situa entre l'aprovat i el notable: la resposta més freqüent és 7 i la mitjana se situa en un 6,27 (vegeu gràfic 38); tot i que, tal com es veurà, aquesta mitjana varia en funció de diferents variables. Dues tercers parts dels professionals enquestats (65,9%) aprova les seves condicions de treball (és a dir, els atorga un valor igual o superior a 5), mentre que un terç (34,1%) les suspèn (els dona una classificació de 4 o menor).

El percentatge més elevat de participants (18,7%) qualifica amb un 7 les seves condicions laborals, mentre que en segon lloc hi ha un 17,2% que els atorga un 6. Per tant, hi ha un percentatge important d'enquestats, de gairebé el 36%, que les qualifica entre l'aprovat i el notable. En canvi, només hi ha un 15,9% que les consideren molt bones, és a dir, que els atorga una puntuació de 8 o superior. Entre aquells que les suspenen, la major part (10,9%) els atorga un 4, tot i que també destaca que un 7,7% els atorga la puntuació més baixa (1).

Gràfic 38. Grau de satisfacció amb les condicions laborals



a) Major insatisfacció entre els joves

Malgrat que totes les franges d'edat aproven les seves condicions laborals, s'observa que l'edat té una influència directa en el grau de satisfacció (vegeu taula 4.13). Els menors de 25 anys, que com s'ha vist en l'apartat 5.1 són els que experimenten unes condicions més precàries (salaris més baixos, categories inferiors i més inestabilitat), són els que menys satisfets estan amb les seves condicions de treball, a les quals atorguen un 5,91 de mitjana.

En canvi, com s'ha vist, a mesura que augmenta l'edat també milloren -tot i que molt lentament- les condicions laborals (més estabilitat, millors salaris), de manera que entre els 26 i els 40 anys el grau mitjà de satisfacció ascendeix fins a un 6,24. Tanmateix, el grup de participants que més satisfet es mostra és el més veterà -de 41 a 64 anys-, atorgant a les seves condicions de treball un 6,37, que per tant se situa per sobre la mitjana. En el cas dels majors de 65 anys, la mitjana es dispara fins a un 8,03, tot i que aquesta xifra no és estadísticament rellevant perquè només s'han rebut cinc respostes.

Taula 4.13 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons l'edat

Edat	Valoració mitjana
Fins a 25 anys	5,91
De 26 a 40 anys	6,24
De 41 a 64 anys	6,37
Més de 65 anys	8,03

b) Pitjor valoració de les dones

Les diferències entre les condicions laborals que s'han detectat en l'apartat 5.1 en funció del gènere -com s'ha vist, les dones pateixen una major inestabilitat i generalment tenen ingressos més baixos - es reflecteixen en el fet que elles mostren un menor grau de satisfacció que els homes amb relació a les seves condicions de treball, tot i que la diferència no és massa pronunciada (vegeu taula 4.14). Les dones que han participat en l'enquesta puntuen les seves condicions de treball amb un 6,16 (és a dir, per sota la mitjana), mentre que els seus homòlegs masculins els atorguen un 6,39. Aquest grau més elevat d'insatisfacció entre el gènere femení es pot relacionar amb el fet que, com s'ha observat, les dones són majoritàries en les franges d'edat més joves, que són les que tenen unes condicions de treball més precàries i presenten també un menor grau de satisfacció.

Taula 4.14 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el gènere

Gènere	Valoració mitjana
Dona	6,16
Home	6,39

c) Major formació, major decepció

Igual que en l'apartat 5.1 s'ha vist com un major nivell d'estudis no garanteix als professionals unes millors condicions de treball, tampoc els participants més qualificats són els més satisfets amb la seva situació laboral, sinó al contrari. Els enquestats que tenen un màster o postgrau són els que mostren un menor grau de satisfacció, ja que puntuen les seves condicions amb un 6,16, és a dir, per sota la mitjana (vegeu taula 4.15). En canvi, els que millor les valoren són els graduats en altres matèries, amb un 6,75, circumstància que es correspon amb el fet que, com també s'ha vist prèviament, aquests perfils professionals que no son estrictament periodístics gaudeixen de més estabilitat i millors salaris. En un terme mig hi ha els graduats en Periodisme, amb una mitjana de 6,26, i els que no tenen estudis universitaris, amb un 6,21. Pel que fa als doctors, la seva mitjana de valoració es dispara fins a un 7,5, però no es poden considerar estadísticament rellevants pel baix volum de respostes rebudes.

Taula 4.15 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el nivell d'estudis

Nivell d'estudis	Valoració mitjana
Graduat en Periodisme i/o altres carreres relacionades amb la Comunicació	6,26
Graduat en altres matèries	6,75
Màster o postgrau	6,16
Sense estudis universitaris	6,21
Doctorat	7,5

d) Com més experiència, millor valoració

Igual que succeeix amb l'edat, els anys d'experiència professional també són una variable determinant amb relació al grau de satisfacció amb les condicions laborals. Els participants que porten més de 20 anys en la professió –i que, com s'ha vist, disposen de millors salaris i una major estabilitat- són els que es mostren més satisfets, amb una valoració mitjana de 6,57 (vegeu taula 4.16). En canvi, els més descontents són els que no disposen d'experiència remunerada en el sector periodístic, tot i que també atorguen un aprovat a la seva situació (5,4). Però més enllà dels que porten més de dues dècades exercint com a periodistes, la resta de participants atorguen a la seva situació laboral puntuacions iguals o inferiors a la mitjana. Això es correspon amb el fet que, tal com s'ha vist anteriorment, es necessita una llarga trajectòria professional per aconseguir unes bones condicions laborals en el sector del periodisme, de manera que la precarietat no comença a desaparèixer, de mitjana, fins a partir dels quinze anys d'experiència.

Una de les dades que destaca és el fet que els participants amb menys de dos anys de trajectòria, que com s'ha vist, es troben amb les condicions més precàries, valoren la seva situació laboral amb un 6,27, una xifra que s'ajusta a la mitjana i que és la segona més alta després dels que porten més de vint anys en l'ofici. Tal com expliquen més endavant els participants en les entrevistes en profunditat, aquesta xifra, que pot resultar sorprenent, es pot atribuir en part a la il·lusió i satisfacció que generen les primeres feines. En canvi, entre els enquestats que porten entre dos i cinc anys en la professió aquest entusiasme decau i valoren les seves condicions amb un 5,95, la xifra més baixa després dels que no han tingut mai feina remunerada com a periodistes.

A partir dels 6-15 anys d'experiència -que, com s'ha comprovat, és quan els professionals comencen a aconseguir una mica més d'estabilitat i salaris més elevats-, el grau de satisfacció millora i arriba fins a un 6,32. En canvi, la valoració torna a decaure entre els 16 i els 20 anys, on, malgrat gaudir de més estabilitat i millors salaris, la mitjana se situa només en un 6,09.

Taula 4.16 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons l'experiència

Anys d'experiència	Valoració mitjana
Menys de dos anys	6,27
Entre 2 a 5 anys	5,95
Entre 6 i 15 anys	6,32
Entre 16 i 20 anys	6,09
Més de 20 anys	6,57
Sense experiència remunerada com a periodista	5,4

e) Preocupació entre els mitjans impresos i digitals

El tipus de mitjà pel qual es treballa és una altra variable influent en la valoració de les condicions de treball. Dels periodistes que treballen per un sol tipus de mitjà, els col·lectius més insatisfets són els que treballen en premsa (6,07) i mitjans digitals (6,09), ambdós amb valoracions per sota la mitjana (vegeu taula 4.17). Tot i això, la valoració és encara més baixa en el cas dels professionals que treballen per a més d'un tipus de mitjà (5,93). En canvi, els empleats dels gabinets de comunicació són els participants que registren un grau de satisfacció més elevat (6,82).

En el cas de la premsa, cal tenir en compte que, com s'ha apuntat en l'estat de la qüestió, és un dels sectors que més ha patit la crisi iniciada el 2008, amb importants retallades tant de salaris com de treballadors. Per tant, malgrat que es manté com la principal font d'ocupació entre els periodistes catalans (vegeu taula 4.5), les seves condicions de treball han empitjorat en els últims temps. Pel que fa als treballadors de mitjans digitals, tampoc és sorprenent que presentin un grau dels graus de valoració més baixos, ja que, com s'ha

exposat prèviament, experimenten les condicions laborals més precàries, amb més inestabilitat i salaris més baixos.

En un terme mig es troben els enquestats que treballen per al mitjà televisiu, amb una valoració de 6,22. Es tracta d'una qualificació situada lleugerament per sota la mitjana, fet que pot resultar sorprenent si té en compte que, segons les dades de l'apartat 5.1, aquest mitjà sol oferir sous relativament alts i una certa estabilitat. S'ha de tenir en compte, però, que tal com s'ha pogut observar les condicions laborals a les emissores públiques són substancialment millors que a les privades, de manera que aquest darrer col·lectiu pot fer disminuir la mitjana. A continuació es troben les agències de notícies, amb una valoració de 6,39, situada ja per sobre la mitjana. En aquest àmbit, el pes del sector públic-com per exemple Efe i ACN-, que com s'ha apuntat ofereix unes millors condicions de treball, pot contribuir a aquesta satisfacció. Pel que fa a la ràdio, on també s'ha de tenir en compte les diferències entre les emissores públiques i privades, la valoració mitjana arriba fins a un 6,51 i és la segona més elevada. El fet que bona part dels seus treballadors siguin veterans (vegeu gràfic 5) pot explicar aquesta satisfacció.

Els que millor valoren les seves condicions de treball, tanmateix, són els empleats dels gabinets de comunicació, que les puntuen amb un 6,82. Es tracta d'un dels sectors que cada vegada té més pes en el sector laboral periodístic (vegeu taula 4.5) i, tal com es pot comprovar amb les entrevistes en profunditat, els participants valoren d'una forma especialment positiva perquè garanteix uns millors horaris i permet la conciliació familiar i laboral.

Finalment, cal destacar el fet que els participants que treballen per dos o més tipus de mitjans presenten la puntuació més baixa de totes: un 5,93. D'aquesta manera, es confirma que la pluriocupació no només està íntimament lligada a la precarietat perquè va associada a la inestabilitat i a salaris més baixos, sinó que també genera més insatisfacció laboral entre aquells que es veuen abocats a ella.

Taula 4.17 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el tipus de mitjà

Tipus de mitjà	Valoració mitjana
Agència de notícies	6,39
Gabinet de comunicació	6,82
Mitjans digitals	6,09
Premsa impresa	6,07
Ràdio	6,51
Televisió	6,22
Pluriocupats (treballen per dos o més mitjans)	5,93

f) Baixa valoració dins l'àmbit local

Malgrat que els treballadors de tots els àmbits territorials aproven, de mitjana, les seves condicions de treball, s'observa una diferència de gairebé un punt entre els participants que exerceixen la professió en mitjans locals, comarcals o provincials (6,09) i els que ho fan en mitjans d'abast internacional (6,93) (vegeu taula 4.18). Aquest fenomen es pot atribuir al fet que, com s'ha vist prèviament, els participants empleats en mitjans de proximitat compten amb uns salaris més baixos, mentre que en el cas dels mitjans internacionals hi ha una major inestabilitat però en canvi cobren uns sous més elevats.

En un terme mig es troben els treballadors de mitjans d'abast català, que malgrat ser els que millors condicions laborals tenen -més estabilitat i millors salaris- només les valoren amb un 6,39. En canvi, lleugerament més satisfets estan els participants que treballen per a mitjans d'abast espanyol, un sector que, igual que en el cas dels mitjans internacionals, ofereix més inestabilitat però millors salaris, de manera que els seus membres puntuen amb un 6,41 les seves condicions de treball.

Finalment, cal apuntar que els periodistes que treballen per a més d'un àmbit territorial - i que per tant estan pluriocupats- són, de nou, els que presenten un grau de satisfacció més baix: només un 6. Aquest fet indica, una vegada més, que la pluriocupació, que està íntimament relacionada amb la precarietat, comporta una menor satisfacció laboral.

Taula 4.18 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons l'àmbit territorial

Àmbit territorial	Valoració mitjana
Local/Comarcal/Provincial	6,02
Català	6,39
Espanyol	6,41
Internacional	6,93
Multiàmbit (treballa per mitjans de dos o més àmbits)	6

g) Major satisfacció entre els treballadors públics

La titularitat de l'empresa -que, com s'ha vist, és una variable clau en qüestions com el salari o la contractació a temps complet- es revela també com un dels factors que més incideix en la valoració de les condicions laborals. Així, els enquestats que treballen per a empreses privades, vinculades a pitjors salaris i menor estabilitat, atorguen a les seves condicions laborals una puntuació molt per sota la mitjana (5,05) (vegeu taula 4.19). En canvi, entre els treballadors d'empreses públiques, que tenen sous més elevats i un major percentatge de contractes a temps complet, el grau de satisfacció s'eleva fins a un 6,74.

Taula 4.19 Grau de satisfacció segons la titularitat de l'empresa

Titularitat de l'empresa²⁰	Valoració mitjana
Privada	5,05
Pública	6,74

h) El contracte laboral, motiu de satisfacció

Els participants amb un contracte laboral a temps complet són els que estan més satisfets amb la seva situació, ja que la valoren amb un 7,3, més d'un punt per sobre la mitjana (vegeu taula 4.20). Per sobre seu només hi ha els jubilats, que li atorguen un 8,03, però aquest col·lectiu, a banda de no estar en actiu, ha emès un volum inferior a les deu respostes, per la qual cosa no es pot considerar estadísticament rellevant.

La resta de col·lectius puntuen les seves condicions laborals per sota la mitjana. Després dels contractats a temps complet, els més satisfets són, tot i que a molta distància, els que disposen de contractes a temps parcial, amb un 5,73. Molt a prop, els autònoms ocupen el tercer lloc, amb un 5,71. També atorguen un aprovat just a les seves condicions laborals els estudiants en pràctiques (5,48) i aquells professionals que fan col·laboracions remunerades (5,3). En canvi, els col·lectius més precaris, sobretot amb relació al salari, són els únics que les suspenen: el que estan a l'atur les valoren amb un 4,05 i els que fan col·laboracions no remunerades els atorguen un 3,54.

²⁰ No s'inclouen els que han respost la categoria "altres"

Taula 4.20 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons la situació laboral

Situació laboral	Valoració mitjana
Contracte a temps complet	7,3
Contracte a temps parcial	5,73
Autònoms	5,71
Col·laboracions remunerades	5,3
Col·laboracions no remunerades	3,54
A l'atur	4,05
Estudiants en pràctiques	5,48
Jubilats	8,03

i) El contracte indefinit, un factor decisiu

Igual que succeeix amb els contractes a temps complet, els participants valoren molt positivament l'estabilitat que els atorga tenir un contracte indefinit (vegeu taula 4.21). Els enquestats que es troben en aquesta situació, que a banda de tenir una major estabilitat solen gaudir també de salaris més elevats (vegeu gràfic 36), són els que més alt puntuen les seves condicions laborals, amb un 6,68. En segon lloc, també per sobre la mitjana, se situen els participants que disposen de contracte temporal, que valoren la seva situació amb una mitjana de 6,32. Per tant, es torna a constatar que el fet de tenir un contracte, especialment si és indefinit, és un factor decisiu en el grau de satisfacció laboral. En canvi, els participants que estan contractats per obra i servei (és a dir, per a un projecte determinat) o que no disposen de cap contracte de treball són els que menys satisfets es troben, amb un 5,66 i un 5,88 respectivament.

Taula 4.21 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el tipus de contracte

Tipus de contracte	Valoració mitjana
Contracte indefinit	6,68
Contracte temporal	6,32
Contracte per obra i servei	5,66
Sense contracte	5,88

j) Millor categoria, més satisfacció

Les dades permeten establir una correlació entre la categoria professional i el grau de satisfacció laboral. Els participants amb les categories més altes, que, com s'ha observat, generalment van associades a un millor salari, presenten un grau de valoració de les seves condicions laborals més elevat que no pas aquells que es troben en les categories més baixes, on, com s'ha vist, la precarietat és més habitual (vegeu taula 4.22).

Només els directors, caps de secció i caps de redacció atorguen a les seves condicions de treball puntuacions per sobre la mitjana. Els directors, amb un 7,51, són els que més satisfets estan amb la seva situació, mentre que en segon lloc hi ha els caps de secció, amb un 7,07. Tot seguit es troben els caps de redacció, amb un 6,73. Crida l'atenció el fet que els caps de secció mostrin una major satisfacció que els caps de redacció, ja que aquests darrers es troben en una categoria laboral superior. Cal recordar, però, que tal com s'ha apuntat anteriorment, les categories professionals i els salaris associats depenen molt del tipus de mitjà on es treballa, de manera que això pot fer variar el seu grau de satisfacció.

En canvi, el grau de satisfacció de la resta de categories professionals se situa per sota la mitjana. Els redactors, que són la categoria més habitual entre els enquestats, valoren les seves condicions amb un 6,09, mentre que els ajudants de redacció rebaixen aquesta puntuació en mig punt, fins a un 5,58. En ambdós casos, però, es tracta de valoracions lleugerament més elevades que les d'autònoms i/o col·laboradors, que se situen en un 5,56. D'aquesta manera, es torna a constatar que el grau de satisfacció entre els autònoms és un dels més baixos.

Taula 4.22 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons la categoria professional

Categoria professional	Valoració mitjana
Ajudant de redacció	5,58
Redactor/a	6,09
Cap de secció	7,07
Cap de redacció	6,73
Director/a	7,51
Col·laborador/autònom	5,56
Estudiant en pràctiques	4,76
No actiu	3,30

k) El salari, variable determinant

El salari es revela com una altra de les variables clau en el grau de satisfacció laboral, ja que s'observa una correlació directa entre els ingressos dels professionals i la puntuació que atorguen a les seves condicions de treball (vegeu taula 4.23). Tot i això, tal com s'ha apuntat prèviament, es detecta un cert conformisme i resignació entre els participants, ja que fins i tot aquells que tenen salaris més precaris -per sota els 15.000 euros bruts anuals- donen un aprovat, encara que justet, a la seva situació laboral.

Els enquestats amb ingressos inferiors als 15.000 euros bruts anuals puntuen amb un 5,24 les seves condicions de treball. A partir d'aquí, la valoració dels professionals va augmentant a mesura que incrementen els seus salaris: el col·lectiu que percep entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals valora amb un 6,4 la seva situació laboral; els participants que en cobren entre 25.001 i 35.000 li atorguen un 6,8; els que es troben en la franja salarial d'entre 35.001 i 50.000 li posen un 7,22 i finalment els que cobren més de 50.000 euros, malgrat ser poc significatius pel baix volum de respostes rebudes, li donen un 8,24. Per tant, queda demostrat que un millor salari comporta una major satisfacció laboral.

Taula 4.23 Grau de satisfacció amb les condicions laborals segons el salari

Salari	Valoració mitjana
Fins a 15.000 e bruts anuals	5,24
De 15.001 a 25.000 e bruts anuals	6,14
De 25.001 a 35.000 e bruts anuals	6,8
De 35.001 a 50.000 e bruts anuals	7,22
Més de 50.000 e bruts anuals	8,24

4.2.2 Evolució de les condicions laborals

Aquest subapartat analitza l'evolució que han experimentat les condicions laborals en el sector del periodisme a través de les opinions dels participants, a qui s'ha preguntat si la seva situació ha millorat, ha empitjorat o s'ha mantingut estable al llarg de la seva trajectòria professional. La major part considera que la seva situació ha anat a pitjor, fet que es pot vincular a múltiples aspectes tractats en l'estat de la qüestió (apartat 3) com la crisi econòmica 2008-2013, la irrupció de les noves tecnologies i la crisi de model que

pateixen molts mitjans de comunicació, especialment els escrits i digitals. Tot i això, en aquest cas les percepcions també varien en funció de les diferents variables, ja que en molts casos els col·lectius més precaris són també els que han patit una evolució més negativa.

4.2.2.1 Percepció generalitzada que la situació ha empitjorat

La major part de participants opina que les seves condicions laborals han empitjorat en els darrers anys (vegeu taula 4.24). Quan se'ls demana completar la frase: “Al llarg de la seva carrera professional, vostè considera que les seves condicions laborals...”, gairebé la meitat, un 44,6%, opina que han anat a pitjor; un 27,4% considera que s’han mantingut estables i un 27,9% creu que han millorat. Per tant, malgrat la resignació detectada en el grau de satisfacció laboral, s’observa una preocupació compartida entre els professionals per veure com les condicions de treball s’han deteriorat de forma progressiva.

Taula 4.24 Evolució de les condicions laborals

	Freqüència	Percentatge
Han empitjorat	179	44,6
S’han mantingut estables	110	27,4
Han millorat	112	27,9

a) Una major preocupació entre els veterans

La percepció de l’evolució de les condicions laborals està molt condicionada per la variable de l’edat. El col·lectiu més veterà (de 41 a 64 anys), malgrat gaudir de salaris més elevats i una major estabilitat, opina majoritàriament que la seva situació ha empitjorat; mentre que els enquestats més joves (menors de 25 anys), tot i trobar-se habitualment en situacions més precàries, consideren, en bona part, que les seves

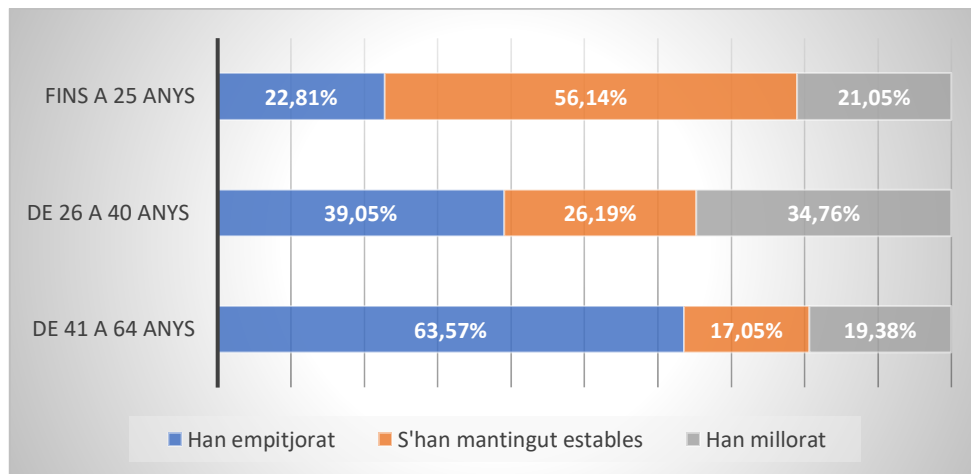
condicions s'han mantingut estables (vegeu gràfic 39). Aquest fenomen, en part, es pot explicar perquè els participants més joves tenen trajectòries laborals més curtes i per tant no han tingut temps encara d'experimentar una evolució, però també perquè s'han introduït al mercat laboral després de la crisi econòmica iniciada el 2008 i per tant s'han trobat, ja d'entrada, amb unes condicions majoritàriament precàries.

Els participants d'entre 41 i 64 anys mostren una àmplia preocupació per l'evolució de les seves condicions de treball. Sis de cada deu (gairebé un 64%) consideren que la seva situació ha empitjorat al llarg de la seva trajectòria professional, mentre que només un 19,38% -el percentatge més baix de totes les franges d'edat- opina que ha millorat. Aquestes dades s'han d'entendre, de nou, en el context dibuixat en l'estat de la qüestió (apartat 3), ja que aquest col·lectiu ha experimentat els efectes de la forta crisi econòmica iniciada el 2008 i de la crisi de model arran de la irrupció d'Internet, que han contribuït a retallar el nombre de treballadors i a empitjorar les condicions de treball dels que han conservat els seus llocs de treball.

Amb relació al col·lectiu d'entre 26 i 40 anys, el principal percentatge (39,05%) també correspon a aquells que opinen que la seva situació laboral ha empitjorat. Malgrat que en aquesta franja, teòricament, hauria de començar el procés de millora i estabilització laboral, només un 34,76% d'aquests participants opina que la seva situació és millor actualment que en els seus inicis professionals. També hi ha un 26,19% que creu que les seves condicions s'han mantingut estables, però tenint en compte que abans dels 25 anys és quan més precarietat se solen trobar, es pot interpretar com que un cop superada aquesta edat no han aconseguit progressar.

Un fenomen similar es pot observar entre els participants menors de 25 anys. Més de la meitat (56,14%) afirma que les seves condicions s'han mantingut estables, però s'ha de tenir en compte que aquesta estabilitat s'emmarca en un context precari, ja que, tal com s'ha observat en l'apartat 5.1, aquest col·lectiu pateix els salaris més baixos i un major grau d'inestabilitat. Dins d'aquest grup, la xifra de participants que ha vist empitjorar la seva situació se situa en un 22,81%, mentre que només un 21,05% opina que ha millorat.

Gràfic 39. Evolució de les condicions laborals segons l'edat²¹



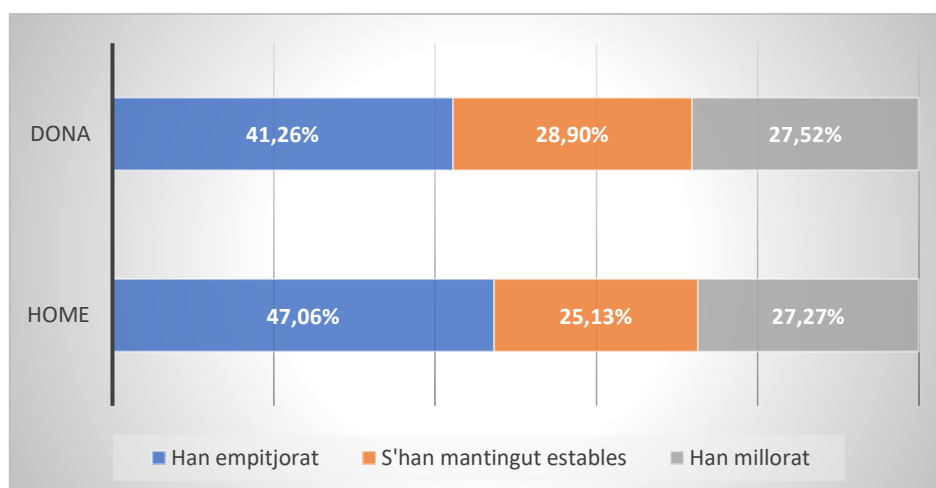
a) Més pessimisme entre els homes

Si s'analitza la variable de gènere, els homes presenten una visió més pessimista que les dones, tot i que per poca diferència (vegeu gràfic 40). Gairebé la meitat dels participants masculins, un 47,06%, creu que la seva situació ha empitjorat, mentre que en el cas de les dones el percentatge es troba sis punts percentuals per sota, en un 41,26%. Aquestes dades es poden relacionar amb el fet que els homes tenen una major presència en la franja d'edat més veterana (41-64 anys), que com s'ha observat és el col·lectiu que ha patit una major degradació de les condicions laborals, mentre que les dones són majoritàries en les franges d'edat més joves, que s'han trobat amb situacions precàries ja des dels inicis de la seva carrera professional.

En canvi, el percentatge de participants que considera que la seva situació ha millorat és el mateix en ambdós gèneres (27%); i entre els que afirmen haver mantingut unes condicions estables la xifra és lleugerament superior en el cas de les dones (28,9%) que entre els homes (25,13%). Per tant, es pot afirmar que el gènere no és un factor clau a l'hora d'explicar la percepció de les condicions laborals, sinó que l'edat hi juga un paper més rellevant.

²¹ No s'han inclòs els majors de 65 per haver rebut menys de deu respostes

Gràfic 40. Evolució de les condicions laborals segons el gènere



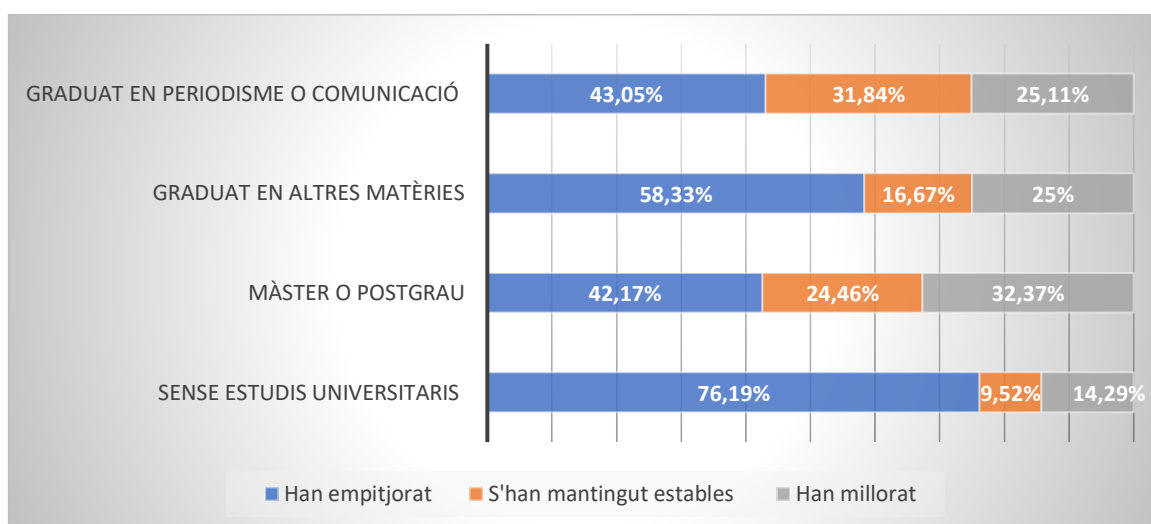
b) Menys formació, més vulnerabilitat

Malgrat que, com s'ha observat prèviament, un major nivell de formació i/o especialització no garanteix als participants unes millors condicions laborals, sí que la falta de formació genera una major vulnerabilitat, ja que els participants que no tenen estudis i els que tenen titulacions en matèries no vinculades al Periodisme són els que més han vist empitjorar les seves condicions de treball (vegeu gràfic 41). Tot i això, també s'ha de tenir en compte el fet que, com s'ha observat en el gràfic 2, aquest tipus de professionals solen situar-se en les franges d'edat més veteranes, que són les que més afectades s'han vist per l'empitjorament de les condicions laborals (vegeu gràfic 39).

La variable del nivell d'estudis permet comprovar com els col·lectius menys formats i/o especialitzats -és a dir, els graduats en matèries no relacionades amb Periodisme o Comunicació i els que no tenen estudis universitaris- són els que més han vist empitjorar les seves condicions de treball. Un 76,19% dels enquestats que no disposen d'estudis universitaris, molts dels quals tenen entre 41 i 64 anys (vegeu gràfic 2), considera que la seva situació ha empitjorat, mentre que entre els graduats en altres matèries -bona part dels quals també se situen en el col·lectiu d'entre 41 i 64 anys-, el percentatge també supera la meitat i arriba a un 58,33%. Per tant, la veterania i la falta de formació fan que els professionals siguin especialment vulnerables davant la degradació de les condicions laborals.

En canvi, entre els participants més formats i/o especialitzats -els graduats en Periodisme o Comunicació i els que tenen màster o postgrau-, que generalment corresponen a grups d'edat més joves, la visió és menys negativa, ja que s'observen majors percentatges d'enquestats que opinen que les seves condicions de treball s'han mantingut estables o han millorat. Un 32,37% dels professionals amb màster o postgrau han vist millorar les seves condicions laborals, una xifra superior a la dels altres nivells de formació. En canvi, els graduats en Periodisme o Comunicació són, amb un 31,84%, els que registren un major percentatge de professionals que han vist com la seva situació s'ha mantingut estable. D'aquestes dades se'n pot extreure, doncs, que malgrat la precarietat que experimenten els joves amb un alt nivell de formació, existeixen algunes possibilitats de millora.

Gràfic 41. Evolució de les condicions laborals segons el nivell d'estudis²²



c) La nostàlgia dels més veterans

Igual que s'ha constatat amb la variable de l'edat, els professionals amb més anys d'experiència són els que més han vist empitjorar les seves condicions de treball: fins a un 62,77% dels enquestats que porten més de 20 anys en la professió creu que la seva

²² No s'han inclòs els doctors per haver rebut menys de deu respostes

situació ha evolucionat negativament, un percentatge que en el cas dels que han estat menys de dos anys treballant com a periodistes es redueix fins al 20,45% (vegeu taula 42). De nou, doncs, es constata que els professionals més veterans són els que més han experimentat en primera persona la degradació de les condicions laborals arran de la crisi i el canvi de model i que senten nostàlgia d'un model laboral pròsper que ja ha desaparegut, mentre que en el cas dels que s'estan iniciant en la professió, que són més joves, s'han trobat ja d'entrada amb unes condicions precàries.

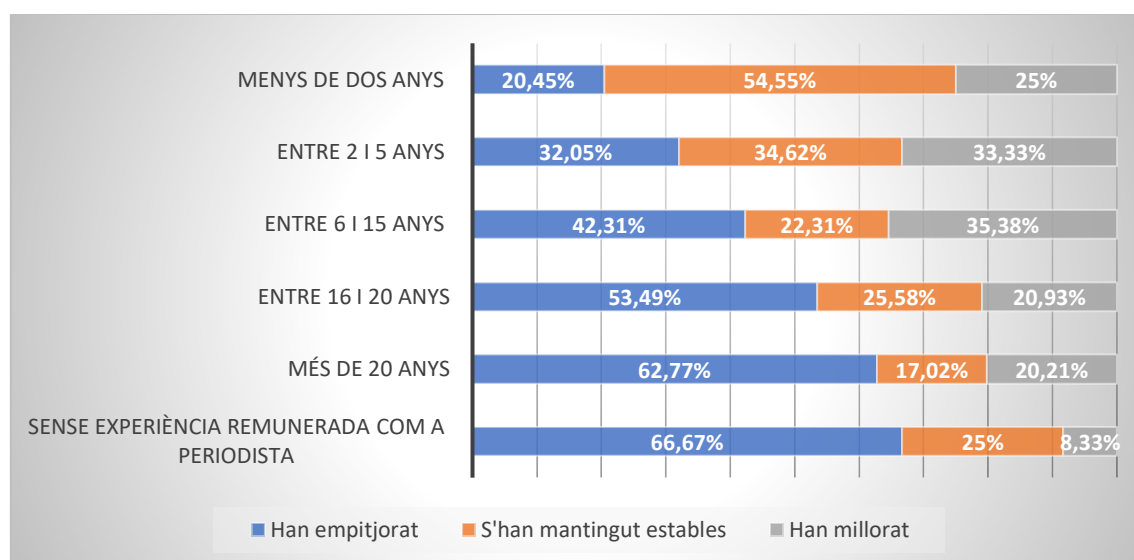
Al costat d'aquest 62,77% que ha experimentat una evolució negativa, només un 20,21% dels enquestats amb més de 20 anys d'experiència considera que les seves condicions de treball han millorat (el percentatge més baix de totes les franges), malgrat que, tal com s'ha constatat prèviament, són el col·lectiu amb millors salaris i més estabilitat. Entre el segon col·lectiu més veterà -de 16 a 20 anys d'experiència-, més de la meitat, un 53,49%, opina que les seves condicions de treball han empitjorat, mentre que la xifra dels que pensen que han millorat -un 20,93%- també és molt baixa.

Entre els participants que tenen entre 6 i 15 anys d'experiència, la percepció que la situació ha empitjorat continua essent elevada, amb un 42,31%, malgrat que en aquest cas ja se situa per sota la meitat. En canvi, en aquesta franja és on s'observa el percentatge més elevat de professionals que han vist millorar les seves condicions laborals (35,38%), fet que correspon a l'evolució natural després d'uns anys en el sector.

En canvi, entre els participants que tenen menys de cinc anys d'experiència augmenta la percepció que les condicions s'han estabilitzat -en molts casos, com s'ha apuntat prèviament, en precari- o fins i tot han millorat. Entre els que porten entre dos i cinc anys de la professió, tots els percentatges són molt similars: un 34,62% creu la seva situació s'ha mantingut estable, un 33,33% opina que ha anat a millor i un 32,05% pensa que ha empitjorat. Entre els que porten menys de dos anys en el sector, el percentatge d'empitjorament cau fins a un 20,45% i la major part del col·lectiu (54,55%) opina que les condicions de treball s'han mantingut estables, probablement, com en el cas de l'edat, perquè porten tan poc temps treballant que no han tingut temps d'evolucionar. Un cas a

part, finalment, són els participants que mai han tingut feina remunerada com a periodistes. En aquest cas, la majoria (66,67%) opina que la seva situació ha empitjorat, un 25% creu que s'ha mantingut estable i només un 8,33% considera que ha millorat.

Gràfic 42. Evolució de les condicions laborals segons els anys d'experiència



d) La premsa, el sector més perjudicat

L'anàlisi del tipus de mitjà mostra que els participants que treballen en premsa -que és la principal font d'ocupació per als periodistes a Catalunya i inclou bona part dels enquestats més veterans- són, amb diferència, els que més han vist empitjorar les seves condicions de treball (vegeu gràfic 43). En canvi, els professionals que treballen en gabinets de comunicació són els que han experimentat una evolució més positiva, mentre que la televisió és el tipus de mitjà que garanteix una major estabilitat.

Les dades permeten constatar, una vegada més, com la precarietat laboral afecta especialment als treballadors de mitjans escrits i digitals. En el primer cas, el percentatge de professionals que ha patit un empitjorament de la seva situació laboral es dispara fins a un 60,29%, fet que s'explica perquè la premsa ha estat un dels sectors més afectats no només per la crisi econòmica, sinó també per la crisi de model derivada de la irrupció d'Internet. A més, en el sector de la premsa hi treballen molts dels participants més

veterans (vegeu gràfic 5), que són els que han patit una pitjor degradació de les seves condicions de treball. Dins d'aquest col·lectiu, només un 22% opina que la seva situació laboral ha millorat, mentre que un 17,65% declara que s'ha mantingut estable.

El segon col·lectiu que més ha vist empitjorar les seves condicions laborals són els treballadors de mitjans digitals, que com s'ha vist a l'apartat 5.1 pateixen les condicions més precàries, amb salaris més baixos i menor grau d'estabilitat. En aquest cas, però, el percentatge de participants que creu que la seva situació ha empitjorat se situa per sota la meitat, amb un 44,44%. Aquest fet es pot explicar perquè, com s'ha vist, bona part dels empleats dels mitjans digitals pertanyen a les franges d'edat més joves, de manera que la seva carrera encara és poc extensa i han tingut poc marge per evolucionar. En aquest sentit, gairebé un 30% creu que les seves condicions s'han mantingut estables i només un 26% afirma que han millorat.

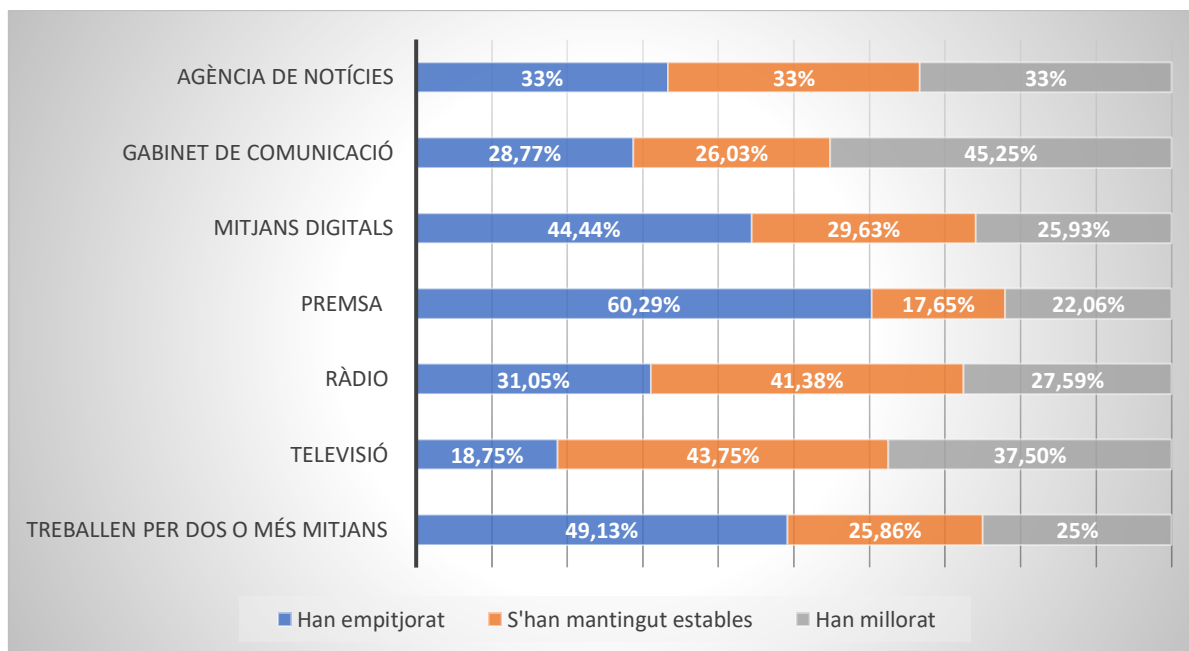
En canvi, en el sector dels gabinets de comunicació és on hi ha un major percentatge de treballadors satisfets amb l'evolució de les seves condicions laborals. Gairebé la meitat (45,25%) creu que la seva situació ha anat a millor -el percentatge més elevat de tots els tipus de mitjans-, mentre que un 28,77% pensa que han empitjorat i un 26% opina que les seves condicions de treball s'han mantingut estables.

D'altra banda, en els mitjans audiovisuals -televisió i ràdio- és on es detecta un major grau d'estabilitat. Un 43,75% dels participants que treballen en l'àmbit televisiu assenyala que les seves condicions laborals s'han mantingut estables, mentre que un 37,5% opina que han millorat i només un 18,75% creu que han empitjorat. En l'àmbit de la ràdio, hi ha un 41,38% d'enquestats que opina que les seves condicions s'han mantingut estables, mentre que un 31,05% creu que han empitjorat i un 28% considera que han millorat.

Una categoria a part són professionals que treballen per a dos o més tipus de mitjans, i que per tant estan pluriocupats. En aquest cas, la insatisfacció d'aquests professionals es torna a fer evident: pràcticament la meitat (un 49,13%) creu que les seves condicions de

treball han anat a pitjor, mentre que només un 25% pensa que han millorat i gairebé un 26% opina que s'han mantingut estables. Per tant, es torna a constatar que la pluriocupació no serveix per millorar la situació laboral, sinó que sol ser sinònim de precarietat.

Gràfic 43. Evolució de les condicions laborals segons el tipus de mitjà



f) L'àmbit internacional, l'únic que escapa de la crisi

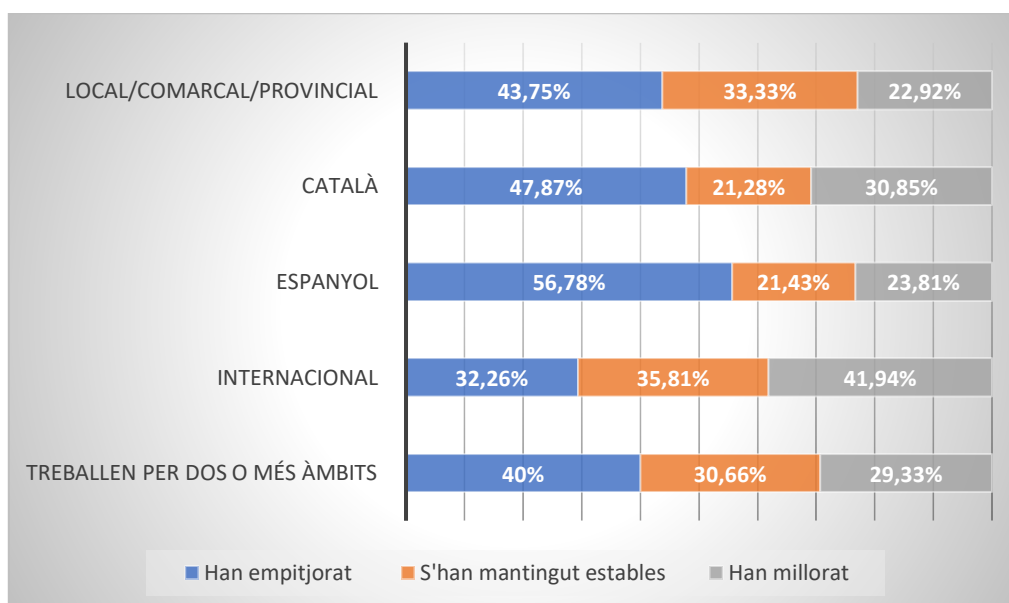
La variable de l'àmbit territorial indica que el col·lectiu que més ha vist empitjorar les seves condicions són els periodistes que treballen per a mitjans d'abast espanyol, tot i que la percepció també és força negativa entre els professionals que treballen en l'àmbit català i de proximitat. Els únics que manifesten majoritàriament haver experimentat una evolució positiva són els empleats de mitjans internacionals (vegeu gràfic 44).

Entre els treballadors de mitjans d'abast espanyol, català i de proximitat hi ha una percepció generalitzada que les condicions laborals han empitjorat en els darrers anys. La situació és especialment negativa per als empleats de mitjans d'àmbit espanyol, ja que més de la meitat (gairebé un 57%) apunta que la seva situació ha anat a pitjor. En el cas

de l'àmbit català, el percentatge d'empitjorament se situa en un 47,87%, i en l'àmbit local, arriba a un 43,75%. Aquests percentatges s'expliquen per la mencionada crisi econòmica i de model que ha afectat els mitjans tant espanyols com catalans -i, per tant, també de proximitat- des de l'any 2008. En canvi, els mitjans internacionals semblen haver-se escapat d'aquesta crisi. La major part dels seus treballadors (gairebé un 42%) creu que les seves condicions de treball han millorat, mentre que tan sols un 32,26% considera que han evolucionat negativament.

Pel que fa als participants que treballen per a mitjans de dos o més àmbits territorials, i que per tant estan pluricupats, es torna a constatar que la seva situació ha empitjorat. El principal percentatge, un 40%, assenyalava que les seves condicions de treball han anat a pitjor, mentre que un 30% opina que s'han mantingut estables i un 30% més creu que experimentat una evolució positiva.

Gràfic 44. Evolució de les condicions laborals segons l'àmbit territorial



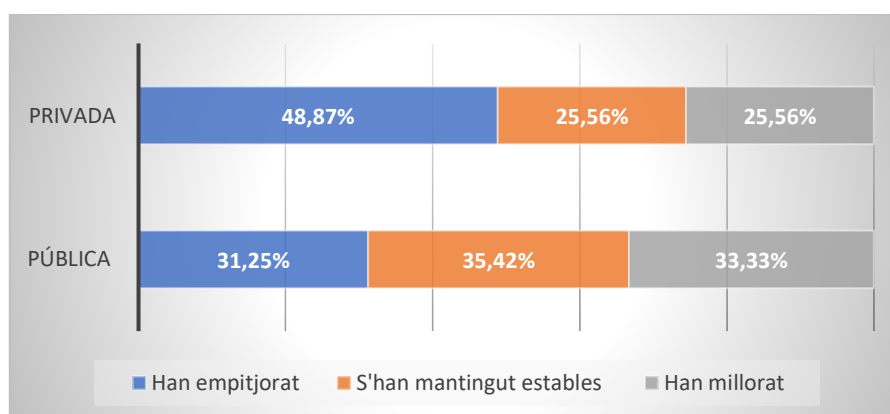
g) Pitjor evolució per als treballadors privats

Amb relació a la variable de la titularitat de l'empresa, els participants que treballen per a empreses privades manifesten haver vist empitjorar més les seves condicions laborals

que no pas els que estan empleats en mitjans o gabinets de comunicació públics, molts dels quals assenyalen que s'han estabilitzat o que han aconseguit millorar la seva situació laboral (vegeu gràfic 45). Aquesta circumstància es pot relacionar amb el fet que, tal com s'ha vist prèviament, les condicions laborals a l'empresa privada solen ser més precàries, amb uns salaris més baixos i una menor quantitat de contractes a temps complet.

Gairebé la meitat dels participants que treballen per a empreses privades (un 48,87%) creu que les seves condicions laborals han experimentat una evolució negativa, mentre que només un 25,56% diu que han millorat i un 22,56% més opina que s'han mantingut estables. Entre els empleats de mitjans públics, en canvi, el principal percentatge (34,52%) apunta que les seves condicions s'han mantingut estables, mentre que un 33,33% més creu que han millorat i només un 31,25% valora que han anat a pitjor.

Gràfic 45. Evolució de les condicions laborals segons la titularitat de l'empresa



h) La inestabilitat empitjora la situació

Prenent com a referència la variable de la situació laboral, s'observa que aquells participants que es troben en posicions més inestables -autònoms, col·laboradors i a l'atur- són també els que més han vist empitjorar les seves condicions de treball (vegeu taula 46). En canvi, els que gaudeixen d'un contracte laboral, sigui a temps complet o parcial, manifesten haver tingut una evolució més positiva, fet que es pot considerar lògic

tenint en compte que, tal com s'ha observat en la taula 4.20, els professionals amb contracte són els que estan més satisfets amb les seves condicions laborals.

Dos dels col·lectius amb unes condicions més precàries -els que fan col·laboracions no remunerades i els que estan a l'atur- són també els que més han vist empitjorar les seves condicions laborals, ja que un 88,89% i un 75% respectivament opinen que la seva situació s'ha degradat. En ambdós casos, la xifra de participants que ha vist millorar les seves condicions de treball és zero, de manera que a banda d'estabilitat, manca de salari i un grau de satisfacció molt baix són també els que presenten una pitjor evolució.

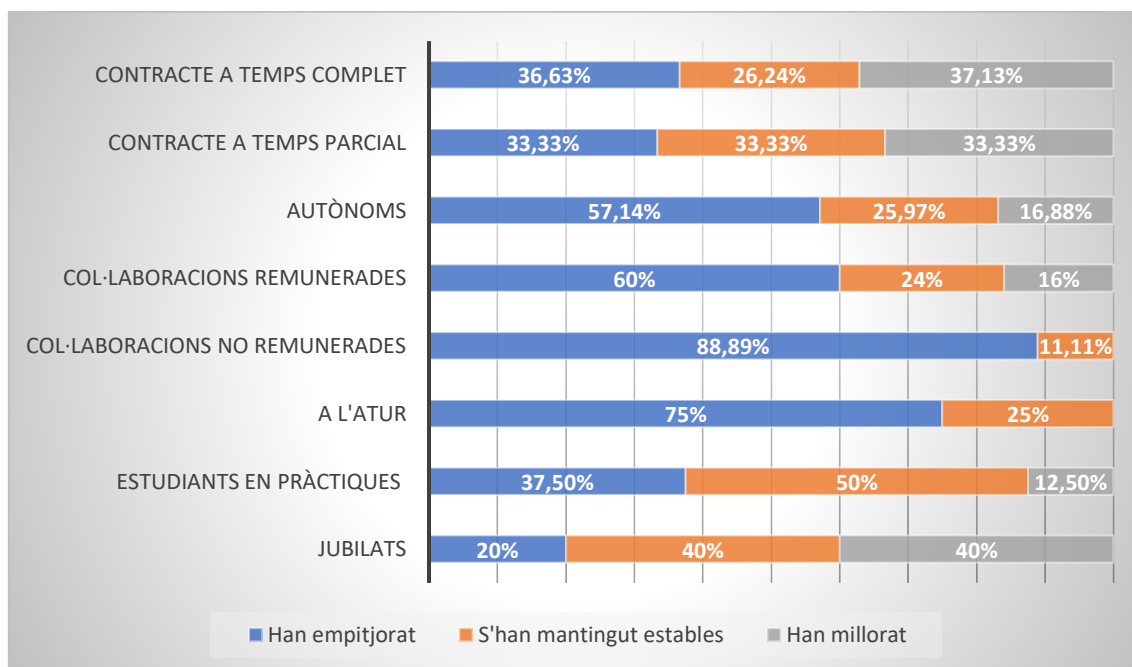
A continuació es troben els autònoms i els professionals que fan col·laboracions remunerades. Malgrat que en ambdós casos tenen salaris més elevats i estan més satisfets amb la seva situació laboral (tot i que no tant com els treballadors que tenen algun tipus de contracte), l'evolució per a aquests dos col·lectius també ha estat essencialment negativa: un 57,14% dels autònoms i un 60% dels col·laboradors remunerats opinen que les seves condicions de treball han empitjorat, mentre que en ambdós casos només hi ha un 16% que pensa que han millorat.

Pel que fa a un altre dels col·lectius més precaris, que són els estudiants en pràctiques, un 50% pensa que la seva situació s'ha mantingut estable, mentre que només un 37,5% pensa que ha empitjorat. Tal com s'ha apuntat anteriorment, aquestes xifres es poden atribuir al fet que aquest col·lectiu fa poc temps que està en el mercat laboral i per tant encara no ha tingut temps d'experimentar gaires canvis ni evolucions.

En canvi, els professionals que compten amb contractes de treball, tant a temps complet com a temps parcial, són els que més satisfets estan amb la seva evolució: un 37,13% dels treballadors a temps complet pensen que la seva situació ha millorat, igual que un 33,33% dels empleats a temps parcial. Tot i això, fins i tot entre els treballadors a temps complet, que són els que mostren un major grau de satisfacció amb la seva situació laboral, hi ha

un 36,63% que ha experimentat una evolució negativa. Es percep, per tant, que la sensació de pessimisme és generalitzada.

Gràfic 46. Evolució de les condicions laborals segons la situació laboral



i) La preocupació de no tenir contracte

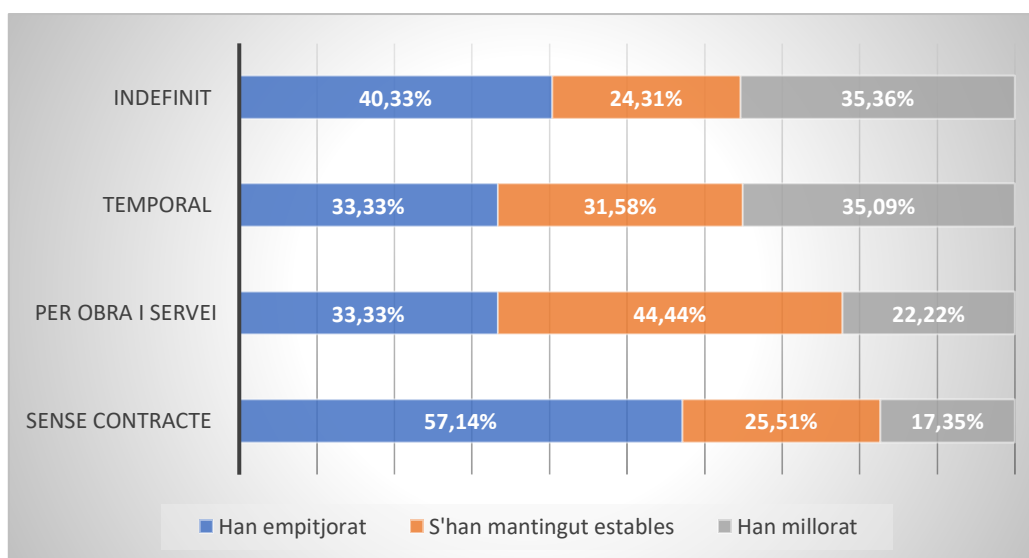
La variable del tipus de contracte permet constatar que, igual que succeeix amb la situació laboral, els participants que estan en situacions més inestables (és a dir, sense cap tipus de contracte) són els que han vist empitjorar més les seves condicions de treball, mentre que els que disposen de contractes indefinits presenten un major percentatge d'evolucions positives (vegeu gràfic 47).

Un 57% dels participants que no disposa de contracte opina que les seves condicions laborals han empitjorat. Per tant, es constata una vegada més l'elevat grau d'insatisfacció d'aquest col·lectiu, ja que només un 17,35% creu que la seva situació ha millorat i un 25,52% considera que s'ha mantingut estable. En canvi, el col·lectiu menys precari, que són els participants amb contracte indefinit, compta amb la xifra més elevada de

professionals amb una evolució positiva: un 35,36%. Tot i això, dins d'aquest grup també hi ha un 40,33% d'enquestats que opina que la seva situació laboral ha empitjorat, de manera que ni tan sols l'estabilitat és garantia de millora. Aquest fet es pot explicar perquè el principal percentatge de contractes indefinits es troba entre els periodistes més veterans, que com s'ha vist són els que més es queixen de la degradació de les condicions laborals.

Per la seva banda, només un 33% dels professionals que disposen de contractes temporals o per obra i servei creuen que la seva situació empitjorat. Aquests percentatges tan baixos es poden relacionar amb el fet que en aquestes categories hi ha majoritàriament professionals joves, que porten poc temps en la professió i per tant no han tingut temps d'evolucionar. Tot i això, també destaca el fet que un 35,09% dels treballadors temporals creu que la seva situació ha millorat, xifra que podria correspondre a professionals que estaven sense contracte i n'han aconseguit un. En canvi, entre els que estan per obra i servei, el principal percentatge (44,44%) correspon a participants que opinen que la seva situació s'ha mantingut estable.

Gràfic 47. Evolució de les condicions laborals segons el tipus de contracte



j) Un pessimisme estès a totes les categories

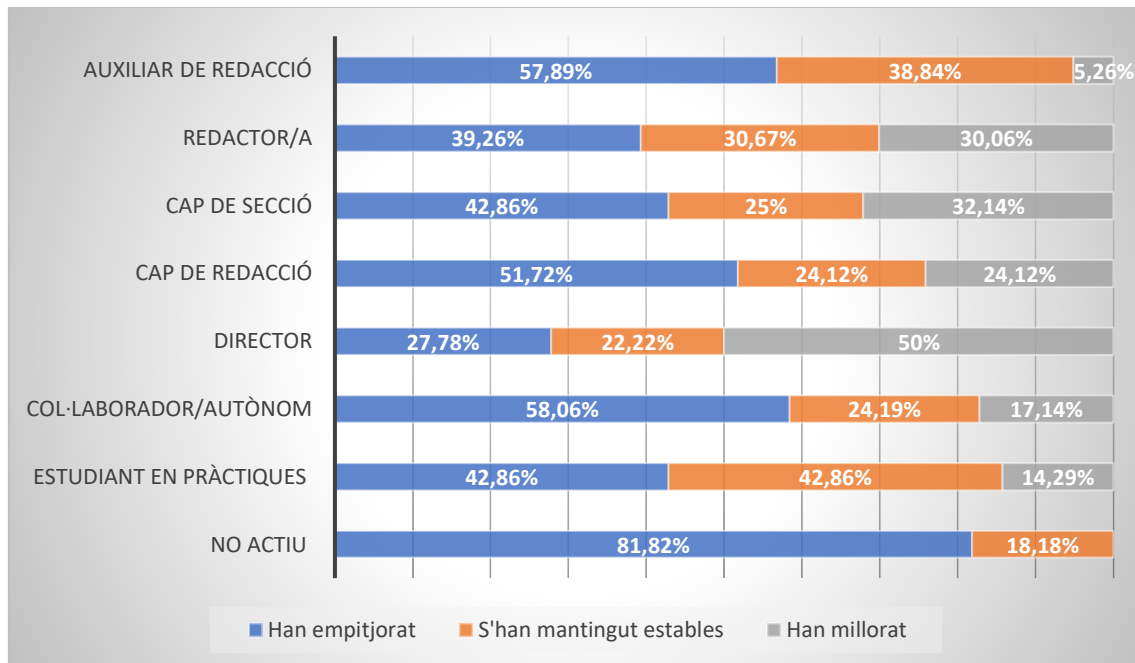
Si s'observen les categories professionals, en totes elles, excepte la més elevada (la de director), els principals percentatges corresponen als qui opinen que les seves condicions laborals han empitjorat (vegeu gràfic 48). Per tant, aquesta variable confirma que la tendència negativa que ha experimentat bona part del col·lectiu és generalitzada i afecta a totes les categories professionals, fins i tot els càrrecs de responsabilitat. Tot i això, és de nou en les categories més baixes -col·laboradors/autònoms i ajudants de redacció- on la sensació d'empitjorament és més accentuada.

Els resultats de l'enquesta mostren, de nou, que els col·lectius més precaris són també els que més han vist empitjorar les seves condicions de treball. A banda dels professionals que no estan actius, el grup que més manifesta haver experimentat una evolució negativa és el de col·laboradors/autònoms, ja que un 58,06% afirma que les seves condicions han anat a pitjor; una xifra molt similar al 57,4% obtingut en les variables de situació laboral (vegeu gràfic 46) i tipus de contracte (vegeu gràfic 47). De fet, només un 17,14% opina que la seva situació ha millorat, mentre que un 24% creu que s'ha mantingut estable. Uns nivells de preocupació similar mostren els ajudants de redacció, la categoria més baixa entre els que tenen contracte: fins a un 57,89% opina que les seves condicions han empitjorat, mentre que només un 5,26% pensa que han millorat. Pel que fa al 38,84% que creu que s'han mantingut estables, tenint en compte que la majoria dels integrants d'aquesta categoria són joves (vegeu gràfic 39), és probable que en molts casos es tracti de persones que s'han estabilitzat dins d'un context precari.

Però la degradació de les condicions laborals també afecta les categories superiors. Per exemple, un 51,72% dels caps de redacció opina que les seves condicions han anat a pitjor, resultat que de nou s'explica pel fet que en aquesta categoria hi ha un elevat percentatge de veterans, que com s'ha comprovat són els que més preocupats es troben per l'evolució de la situació. En la categoria dels caps de secció, el nombre de participants que creu que la seva situació ha empitjorat també arriba a gairebé un 43%, davant de només un 32,14% que pensa que ha millorat. Així doncs, l'anàlisi d'aquesta variable indica que, malgrat que les condicions han empitjorat especialment en les categories més

precàries, també ho han fet, tot i que en menor mesura, en aquelles que no ho son tant. L'única excepció és el cas dels directors, on el 50% creu que han anat a millor i només un 27,78% lamenta haver empitjorat.

Gràfic 48. Evolució de les condicions laborals segons la categoria professional



k) El salari determina la percepció

Observant la variable del salari es pot comprovar que també existeix una correlació entre retribució i evolució de les condicions laborals: els participants situats en les franges salarials superiors tenen una major percepció que la situació ha millorat, mentre que entre els més mal pagats hi ha l'opinió majoritària que han empitjorat (vegeu gràfic 49). L'única excepció es troba en la franja salarial més elevada de totes, la de més de 50.000 euros bruts anuals, on un 50% de participants opina que les seves condicions han anat a pitjor. Tot i això, aquesta franja inclou només ha obtingut vuit respostes, de manera que el percentatge no es pot considerar significatiu.

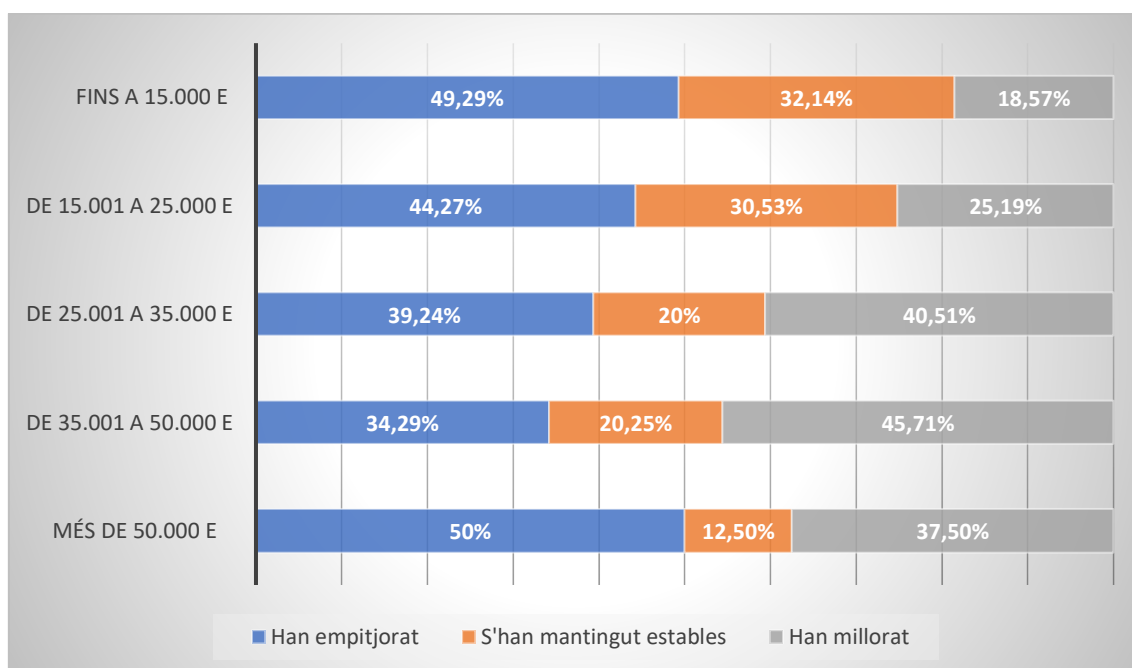
S'observa, doncs, que el salari és un factor influent a l'hora de determinar l'evolució de les condicions laborals, ja que els treballadors amb ingressos més baixos són els que pitjor

han evolucionat. Entre els participants que es troben en la franja salarial més baixa -per sota dels 15.000 euros bruts anuals-, un 49,29% opina que la seva situació ha empitjorat, mentre que menys d'un 19% considera que han anat a millor. També hi ha un 32,14% que assenyala que les seves condicions de treball s'han mantingut estables, fet que de nou es pot atribuir al fet que molts dels integrants d'aquesta franja salarial són joves i que per tant han experimentat una estabilització dins la precarietat. En la franja salarial mitjana-baixa -entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals-, el principal percentatge (44,27%) també correspon als participants que pensen que la seva situació ha empitjorat, mentre que un 25% opina que ha millorat.

En canvi, a partir dels 25.001 euros bruts anuals -un sou ja superior al salari mitjà català i espanyol-, la percepció de l'evolució per part dels participants comença a ser més positiva, tot i que encara hi ha situacions molt polaritzades. A la franja d'entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals, el percentatge de participants que opina que la seva situació ha millorat ascendeix fins a un 40,51%, una xifra que tanmateix és idèntica a la dels que creuen que han empitjorat, (39,24%). Per tant, en aquesta categoria es barregen la lògica satisfacció dels que han progressat laboralment i la preocupació dels professionals més veterans, ja que en aquesta franja salarial hi ha un percentatge elevat de participants amb més de 40 anys (vegeu gràfic 28), col·lectiu que com s'ha vist és el més preocupat per l'evolució de la situació.

Finalment, en la franja d'ingressos d'entre 35.001 i 50.000 euros bruts anuals el percentatge de participants que opina que la seva situació ha millorat augmenta fins a un 45,71%, el més elevat de totes les categories. A més, en aquesta franja salarial també es troba el menor percentatge de professionals per a qui les condicions han empitjorat, tot i que encara arriba fins a un significatiu 34,29%. Com en el cas anterior, aquí també es pot apuntar que aquest percentatge està relacionat amb el fet que en aquesta franja salarial hi ha molts treballadors veterans, de 41 a 64 anys, que són els que més opinen que les seves condicions laborals han anat a pitjor.

Gràfic 49. Evolució de les condicions laborals segons el salari



4.2.2.2 Valoracions dels participants sobre l'evolució professional

L'enquesta inclou una pregunta de resposta oberta per tal que els participants puguin explicar, si ho desitgen, en quin sentit han evolucionat les seves condicions laborals i quins són els principals canvis que han experimentat. Concretament, se'ls demana "Quins són els principals canvis que han experimentat les seves condicions laborals?". En aquest apartat s'analitzen les respostes obtingudes, que complementen els resultats estadístics i apunten a qüestions que posteriorment s'aprofundiran en les entrevistes qualitatives a professionals analitzades en l'apartat 6.1.

a) Pitjors salaris, més volum de feina i pèrdua d'estabilitat

Els participants que han vist empitjorar la seva situació, que com s'ha vist suposen gairebé un 45%, mencionen com a principals preocupacions les retallades de sou, l'increment del volum de feina i/o responsabilitats sense que vagin acompanyades d'una millora laboral, la pèrdua d'estabilitat -alguns d'ells han passat de tenir contracte a haver d'exercir com a autònoms-, els acomiadaments, la necessitat de buscar feina en altres sectors i la falta de valoració de la professió tant per part de les empreses com de la ciutadania. Aquest

col·lectiu desprèn una visió molt pessimista de la professió i el seu futur, ja que veu poques opcions de revertir la situació.

La principal preocupació que es percep entre els participants és en relació amb el descens del seu poder adquisitiu. En els casos més extrems, s'han registrat caigudes d'entre el 50 i el 70%, fet que fa mol difícil que els afectats puguin viure del periodisme. “Hi ha més precarietat que mai, i els sous no arriben ni per pagar uns mínims”, indica una de les enquestades. “Hem patit rebaixes de sous, acomiadaments massius, més feina i pitjors horaris que fan més difícil la conciliació familiar”, resumeix un altre. En el cas dels autònoms, apunten a una important disminució de les tarifes i a una dificultat cada vegada més gran de cobrar les factures als clients. Per a diversos participants, la clau d'aquestes retallades està en el descens d'ingressos que han experimentat les empreses del sector: “La baixada de recursos de l'empresa ha anat acompanyada d'un augment de l'exigència productiva. En resum, malgrat que ara cobro igual o una mica menys que fa uns anys, el preu per hora treballada ha baixat. Treballo una mitjana de deu hores al dia, he deixat de cobrar hores extra i he passat a fer torns de cap de setmana, que abans no feia”, descriu una de les afectades.

Juntament amb les retallades salarials apareixen mencionats altres aspectes com els expedients de regulació d'ocupació (ERO), acomiadaments, reduccions involuntàries de jornades laborals i/o rebaixes de categoria professional. Els enquestats es mostren especialment preocupats per aquesta reducció dels llocs de treball, ja que alerten que les posicions que es van suprimir durant els moments més punyents de la crisi no s'han recuperat i temen que no ho facin mai. “La crisi va ser molt severa i va sobrecarregar molt de feina les plantilles. Malgrat que les condicions econòmiques hagin millorat i tot indiqui que s'està sortint de la crisi, les plantilles que es van retallar no s'estan restablint”, adverteix una de les professionals enquestades. Molts dels participants també es queixen que, paradoxalment, les rebaixes salarials han anat acompanyades d'un increment de la càrrega de treball i/o de les responsabilitats, ja que en haver-se reduït el personal amb EROs i acomiadaments aquells que conserven la seva posició han d'assumir un major volum de feina encara que les seves condicions es vagin deteriorant. Un dels enquestats descriu així la seva situació: “M'han incrementat les hores de feina (més de 40 hores

setmanals), sense horari establert (comences amb la primera roda de premsa i marxés quan acabes de redactar les 3-4 pàgines del diari que et toquen, sigui l'hora que sigui, normalment de nit) i m'han reduït el sou”.

Tot i que els participants creuen que la reducció de plantilles és la principal causa de l'increment del volum de feina, també assenyalen que l'aparició d'Internet i les noves tecnologies els ha obligat a multiplicar la producció, generant-los una sobrecàrrega laboral perquè cada vegada han de treballar amb més formats. Així ho viu un dels enquestats: “M'han abaixat el salari dues vegades en els darrers vuit anys i no t'actualitzen l'IPC, però et demanen que facis cada vegada més feina pel mateix salari. És el que es coneix com a multitasca o polivalència: que en una roda de premsa treguis fotos, facis un vídeo pel web, entris en directe pels butlletins informatius, facis producció per a altres franges, que entris en directe per a altres programes, etc.”, assenjala.

Una altra font de preocupació és la pèrdua d'estabilitat que han patit molts treballadors; ja no només perquè cada vegada hi ha menys contractes indefinits i/o a temps complet, sinó perquè alguns professionals que tenien aquest tipus de contractes els han perdut i s'han vist obligats a convertir-se en autònoms. “Treballava en la meua actual empresa amb un contracte laboral. El propietari va acomiadar tots els redactors i tot seguit ens va oferir que seguíssim fent la mateixa feina des de casa seva sense assumir cap compromís”, denuncia una de les participants. I no és l'única: “Vaig començar amb un contracte indefinit i més de deu anys després amb prou feines sobrevisc com a autònoma i amb mil feinetes”, lamenta una altra. Un dels enquestats, a més, adverteix que aquesta situació ha conduït a un escenari on proliferen els “falsos autònoms”; és a dir, professionals que treballen pràcticament de forma exclusiva per a una sola empresa però que malgrat això no disposen de contracte laboral. “No està justificat que es tregui rèdit econòmic d'algú a qui no tens en plantilla”, lamenta.

La baixa valoració de la professió a conseqüència de l'intrusisme professional i l'augment del treball gratuït, especialment per part dels estudiants en pràctiques, és un altre dels aspectes que, en opinió dels participants, ha contribuït a empitjorar les condicions de

treball. “S’ha produït una precarització per competència deslleial i un abús dels contractes a becaris, que supleixen les feines de professionals”, assenyala un dels enquestats. Mentrestant, un altre apunta que “la feina d’un periodista no es valora com cal, ja que hi ha massa intrusisme”, i un tercer assenyala la “falta de protecció davant l’intrusisme, l’amiguisme i les males praxis”.

Aquest escenari de precarietat laboral generalitzada ha fet que diversos participants s’hagin quedat a l’atur i mirin amb preocupació el seu futur, especialment en el cas dels més veterans. “Hi ha una manca de feina per periodistes de més de 50 anys, acompanyada de pitjors condicions salarials i una allau d’estudiants”, assenyala una de les enquestades. Per això, alguns dels enquestats mostren la voluntat de redirigir els seus passos cap a la comunicació corporativa, un sector on, com s’ha vist, hi ha una major satisfacció amb les condicions laborals. En canvi, entre els que continuen en el món del periodisme malgrat la degradació de les seves condicions de treball, es percep una certa resignació: “Abans podia triar les vacances i ara me les imposa l’empresa sense tenir en compte la meva situació personal. Abans se’m pagaven les hores extra i des de ja fa temps se’m retornen en festius [...]. Cada vegada se’m dona més responsabilitat en àmbits diversos, però això no es tradueix en més sou. Però malgrat tot, i veient com està la professió en general, estic contenta”, indica una de les participants.

b) Millores insuficients o traspàs a la comunicació corporativa

Tot i que la major part dels participants opina que les seves condicions laborals han empitjorat, també hi ha un 27,9% que ha vist millorar la seva situació, ja sigui perquè li han pujat el sou, perquè ha gaudit d’una promoció interna o perquè ha aconseguit un contracte laboral que li ha permès deixar de ser autònom. Tot i això, molts dels enquestats consideren que aquestes millores són insuficients i d’altres expliquen que l’única manera d’aconseguir-les ha estat entrant al sector públic -on s’ofereixen millors sous i més estabilitat que al privat però hi ha un menor nombre de places- o perquè han abandonat els mitjans per passar-se a la comunicació corporativa.

Una part de les respostes dels participants que han experimentat una evolució positiva denoten una certa frustració perquè, malgrat que s'hagin aconseguit augmentos salarials o una major estabilitat, les condicions laborals que han obtingut se situen per sota les seves expectatives, ja que no es corresponen als seus estudis i/o experiència acumulada. “Vaig començar com a autònoma, cobrant 800 euros bruts al mes. Ara tinc contracte i un sou millor, però amb cinc anys d'experiència, el sou continua essent baix per una persona que té experiència i una agenda de contactes feta”, assenyala una de les respostes. I és que, en molts casos, aquestes millores no els han suposat sortir de la precarietat: “Vaig passar de ser becària, fins i tot amb el màster cursat, a tenir un contracte laboral. Tot i que és a temps parcial i en una categoria professional que no és la meua, és millor que el que tenia abans, encara que això no vol dir que no sigui precària”, afirma una altra de les enquestades. En altres casos, aquestes millores han estat incompletes -per exemple, s'ha millorat el salari però s'ha perdut estabilitat laboral, o viceversa-, i en algunes ocasions la promoció laboral s'ha aconseguit només a base de sacrificis, de manera que la satisfacció va acompanyada de frustració: “He aconseguit més grau de responsabilitat i un augment de sou, però també han augmentat les hores que dedico a la feina sense remuneració ni contraprestació”, afirma un dels enquestats.

En altres casos, la millora laboral s'ha aconseguit perquè el participant ha abandonat l'exercici del periodisme en mitjans de comunicació i ha passat a treballar en comunicació corporativa; un sector on, expliquen, han trobat una major oferta de llocs de treball i millors condicions laborals, tant pel que fa als horaris com als sous. Aquest és el testimoni d'una de les enquestades: “Vaig començar la meua carrera professional en mitjans de comunicació, però vaig veure'm obligada a reorientar-la cap a la comunicació d'empresa, especialment per les condicions laborals, la precarietat del sector i el poc futur que hi veia”. En la immensa majoria de casos, el balanç del canvi cap a la comunicació corporativa resulta molt positiu: “Les meves condicions laborals han millorat infinitament des de que treballo en la comunicació d'una institució pública local, ja que la realitat mentre vaig treballar com a periodista en empreses privades és que el sou mai va superar els mil euros mensuals a canvi d'un horari que mai es respectava, on se superaven les 40 hores setmanals sense contraprestacions i on el tracte per part dels caps sempre va ser el de *si no t'agrada el que hi ha, en tinc 20 més a la porta esperant per treballar*”, assenyala un dels participants. Per a molts dels enquestats, doncs, començar a treballar en gabinets

de comunicació ha suposat una millora tant a nivell personal com professional, de manera que no desitjarien tornar a exercir en mitjans. Aquest és un dels casos: “A hores d’ara ja no treballo de periodista i soc molt feliç, soc director de comunicació de diverses empreses i crec que és el millor. Ara faig la meva feina i no em sento culpable d’emetre una notícia falsa o de no poder contrastar per falta de temps, i també em puc permetre una bona vida: puc començar a pensar en una família, en més viatges, en comprar-me una casa, etc, coses que abans eren impensables”. Els comentaris dels participants, doncs, corroboren les dades obtingudes en l’enquesta, segons la qual els treballadors dels gabinets de comunicació són els més satisfets amb la seva situació laboral.

D’altra banda, també han millorat considerablement les seves condicions aquells que han deixat el sector privat per passar a treballar en el sector públic, on, com s’ha vist, els salaris i el grau de satisfacció són molt més elevats. “D’ençà que treballo a l’àmbit públic, es respecta la meva jornada laboral, se’m retribueixen les hores extra i el sou és més del doble”, explica una de les participants. En altres casos, tanmateix, l’única manera que han tingut per millorar la seva situació laboral ha estat abandonar el món de la comunicació i dedicar-se a un altre àmbit. “En el meu cas les condicions de treball han millorat no perquè hagi millorat la professió, sinó perquè ja no soc periodista. És molt trist això que dic, però les condicions laborals en el sector són desastroses”, assenyala un dels afectats.

c) Estabilitzar-se dins la precarietat

En darrer lloc, hi ha un 27,4% de participants que considera que les seves condicions laborals s’han mantingut estables al llarg de la seva trajectòria professional. En molts casos, però, aquesta estabilitat és enganyosa, ja que en realitat es tracta més aviat d’un estancament que no els ha permès seguir amb l’evolució laboral ascendent que esperaven. Es tracta, majoritàriament, de joves i professionals en la franja dels 26-40 anys que han experimentat els baixos salaris i la inestabilitat ja des dels inicis de la seva carrera professional i que per tant emmarquen aquesta estabilització en un context de precarietat.

Diversos participants consideren que les seves condicions de treball s'han mantingut estables perquè van entrar en el món laboral amb unes condicions molt precàries i no han aconseguit evolucionar. Tal com s'ha observat amb els resultats de l'enquesta, aquesta és la situació amb què es troben, sobretot, els periodistes més joves: “Sempre he estat precària, des que em vaig graduar. Quan tens experiència ja no et descarten tant a les ofertes de feina, però les condicions són igual de precàries”, assenyala una de les participants. Fins i tot, en alguns casos, els més joves no aconsegueixen trobar feina més enllà dels contractes de pràctiques: “Les meves condicions més aviat continuen igual perquè només he pogut treballar com a periodista amb beques, mai amb un contracte laboral”, lamenta una de les enquestades. Una altra es troba en una situació similar: “Penso que quan em graduï, aquest any, no tindrè feina. Com a estudiant puc accedir a molta oferta de pràctiques, però penso que m'enfronto a un sector laboral becaritzat”, apunta una de les enquestades. Aquesta frustració per estancar-se amb les beques i la dificultat per aconseguir un contracte laboral amb condicions dignes acaba passant factura als professionals: “Sempre he tingut treballs precaris, però a mesura que passen els anys vaig perdent l'oportunitat de ser un jove amb potencial per convertir-me en un maduret sense experiència destacable, o sigui que la perspectiva encara és pitjor”, explica un participant.

La congelació de salaris és un altre dels motius que contribueix a l'estancament de les condicions laborals i que preocupa especialment als enquestats, ja que tenir el sou congelat -en alguns casos, des de fa una dècada- s'ha traduït, a la pràctica, en una pèrdua de nivell adquisitiu. En aquest sentit, alguns participants consideren que la crisi ha estat només una excusa perquè empreses sense problemes econòmics empitjorin les condicions laborals dels seus treballadors: “Porto sis anys com a autònom, sense cap canvi salarial i fent la mateixa feina que fan professionals en nòmina en una empresa que cada any treu beneficis”, explica un dels enquestats.

Tot plegat fa que molts participants tinguin una sensació d'estancament professional, acompanyada d'una certa frustració per la falta de progressió i d'expectatives malgrat l'experiència acumulada. “El problema és, precisament, la falta de canvis: passen els anys, la meua experiència augmenta però el meu sou no puja”, lamenta una enquestada.

“Segueixo com a interina ocupant un lloc de treball que no em correspon, i per tant cobro molt menys del que em correspondria”, afegeix una altra. Això fa que determinats professionals, malgrat no haver patit retallades ni acomiadaments, contemplin amb preocupació la manca d’evolució de la seva trajectòria: “Realment la situació ha canviat poc, cosa que genera una mica de frustració, unida a la inseguretat sobre el futur del sector”, resumeix un dels enquestats.

4.2.3 Principals causes de preocupació laboral

Estudis com el *Llibre Blanc de la Profesió Periodística* (Soler et al, 2006), *The Ethical Values of Journalists* (Alsius et al, 2010) o la darrera edició de *l’Informe Anual de la Profesió Periodística* (Palacio et al, 2019) constaten que la precarietat laboral és la principal preocupació dels periodistes tant a Catalunya com al conjunt d’Espanya. En la present recerca, amb la pregunta “Quines són les seves principals causes de preocupació laboral?”, de resposta múltiple, es vol aprofundir en les dimensions d’aquesta precarietat. El ventall de respostes ha inclòs els baixos salaris, l’excés de feina, la inestabilitat laboral, la insatisfacció en relació al producte que s’està elaborant, la dependència d’anuncians i/o patrocinadors i la dependència d’institucions, governs i/o partits polítics. També ha deixat als participants la possibilitat de realitzar una resposta oberta perquè puguin fer les seves pròpies aportacions.

Segons els resultats de l’enquesta, els baixos salaris són, amb diferència, el principal problema de la professió, ja que així ho assenyalen un 72,8% dels participants. Es tracta d’una preocupació lògica si es té en compte que, tal com s’ha vist en l’apartat anterior, els enquestats tenen uns ingressos molt baixos, ja que un 35,8% cobra menys de 15.000 euros bruts anuals i un 33,2% se situa entre els 15.001 i els 25.000. A més, les retallades salarials també són, com s’ha observat, un dels aspectes més mencionats per part dels participants que han vist empitjorar les seves condicions laborals.

La inestabilitat és la segona gran preocupació del sector, ja que així ho assenyalen un 47% dels enquestats. Aquesta circumstància es pot relacionar amb el fet que, tal com s’ha vist

anteriorment, només la meitat dels professionals enquestats disposa de contractes indefinits i/o a temps complet, mentre que l'altra meitat es troba en situacions inestables com ara contractes a temps parcial, temporals o per obra i servei, autònoms, col·laboradors (remunerats i no remunerats), a l'atur, estudiants en pràctiques o jubilats. A més, diversos enquestats també han mencionat com un aspecte negatiu el fet d'haver-se hagut de convertir en autònoms davant la impossibilitat d'aconseguir un contracte laboral.

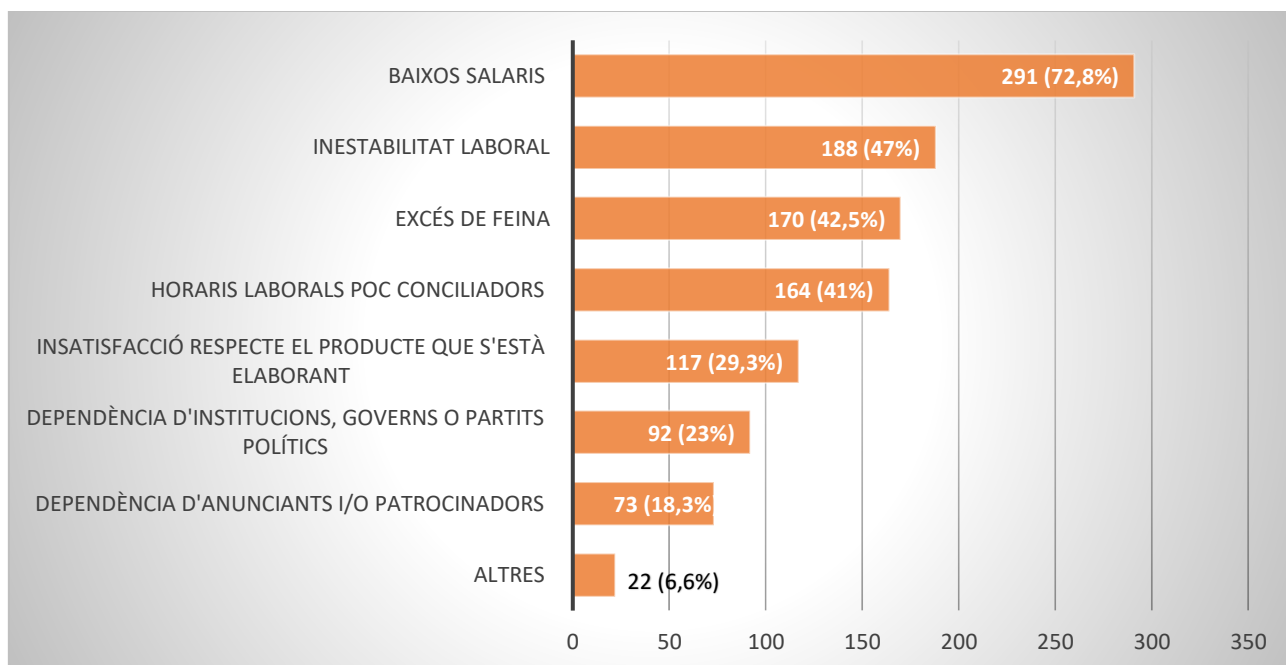
El tercer gran motiu de preocupació, assenyalat pel 42,5% dels participants, és l'excés de feina. Aquesta circumstància es pot relacionar amb el fet que, tal com s'han mencionat prèviament, diversos enquestats alerten que la reducció de les plantilles a través d'EROs i acomiadaments, sumat al volum més elevat de producció que permeten Internet i les noves tecnologies, ha fet que els professionals que han pogut conservar el seu lloc de treball hagin d'assumir més tasques, malgrat que en molts casos s'hagin degradat les seves condicions laborals. Molt a prop, en quarta posició, se situen els horaris laborals poc conciliadors, que preocupen a un 41% dels participants. Es tracta d'una qüestió àmpliament comentada en les entrevistes en profunditat (apartat 6.1.), especialment per part de les dones.

D'altra banda, els participants també mostren preocupació, tot i que en menor mesura, per la insatisfacció amb relació al producte que estan elaborant (29,3%), la dependència d'institucions, governs o partits polítics (23%) i la dependència d'anunciant i/o patrocinadors (18,3%). Es tracta de tres qüestions estretament relacionades amb l'ètica periodística i la qualitat de la informació que s'abordan en profunditat en l'apartat 5.3., on s'analitza quantitativament la relació entre la precarietat laboral i l'ètica periodística, i en les entrevistes en profunditat tant a professionals (apartat 6.1.) com experts (apartat 6.2).

Finalment, els comentaris rebuts en l'apartat "altres" fan referència a qüestions estretament vinculades als set aspectes que s'han comentat fins ara, com per exemple la impossibilitat de trobar feina, la manca de perspectives per millorar professionalment,

l'excés d'exigència en la immediatesa, l'excessiva supeditació dels continguts a les xarxes socials, les hores extres no remunerades i la impossibilitat de poder dedicar-se al periodisme perquè les condicions laborals són massa precàries.

Gràfic 50. Principals causes de preocupació laboral



4.2.4. Influència de les condicions laborals en l'exercici professional

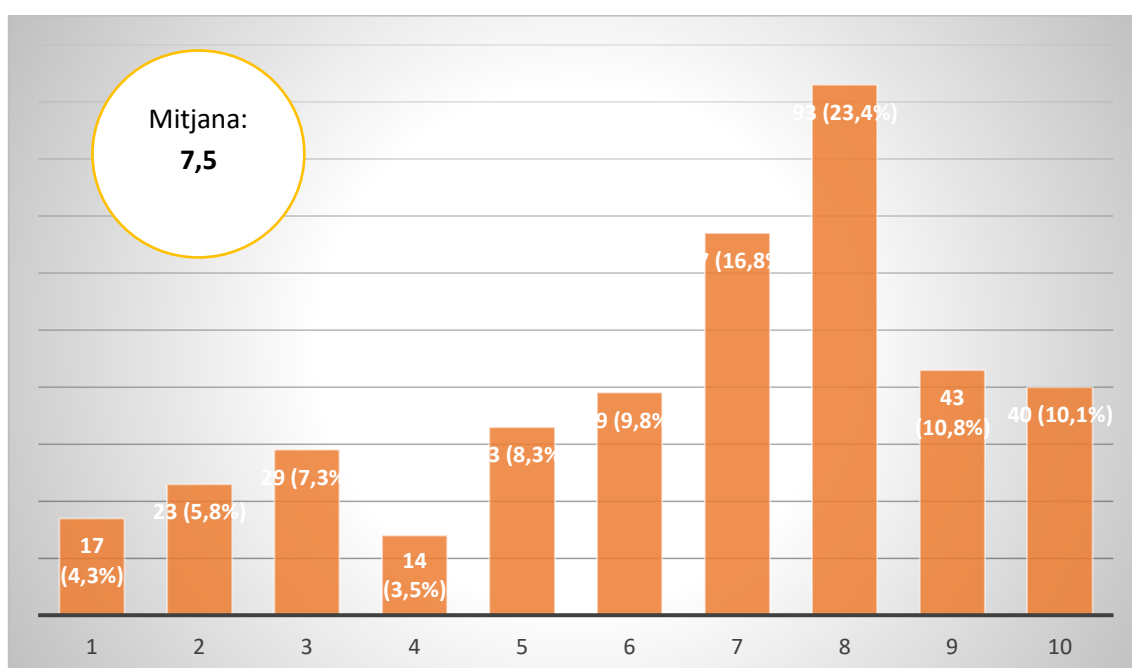
En aquest subapartat s'analitza el grau d'influència que, en opinió dels participants, tenen les condicions laborals en la pràctica habitual del periodisme. Per a fer-ho, s'ha demanat als enquestats que valorin en una escala numèrica de l'1 al 10 fins a quin punt les condicions laborals influeixen en la seva pràctica professional. Els resultats mostren que en general es percep una influència alta (la mitjana és de 7,5), tot i que en general és més elevada entre aquells col·lectius més precaris (joves, treballadors digitals, autònoms).

4.2.4.1 Una correlació directa entre condicions i pràctica

La majoria de participants considera que les seves condicions de treball tenen una influència notable en la pràctica de la professió. A la pregunta "En una escala de l'1 al

10, fins a quin punt creu que les seves condicions laborals influeixen en la seva pràctica professional?”, la puntuació mitjana se situa en un 7,5 i el percentatge més elevat de participants, un 23,4%, li atorga un 8 (vegeu gràfic 51). A més, gairebé un 80% dels enquestats valora amb 5 punts o més aquesta qüestió, de manera que una àmplia majoria considera que és una relació que cal tenir en compte. Per contra, només hi ha un 20,9% que ho valora amb una puntuació inferior a 4 i que per tant no li dona importància.

Gràfic 51. Grau d'influència de les condicions laborals en la pràctica professional



a) Els joves, el col·lectiu més condicionat

Tenint en compte la variable de l'edat, la valoració mitjana se situa en un 7,73 entre els joves menors de 25 anys, un 7,61 entre els que tenen entre 26 i 40 anys i un 7,21 en el col·lectiu de 41 a 64 anys (vegeu taula 4.25). Per tant, es comprova que el col·lectiu més jove, que com s'ha vist prèviament és el que es troba en una situació més precària (amb una major inestabilitat, pitjors salaris i més insatisfacció), és el que detecta una major influència de les condicions laborals en la seva pràctica professional. Aquesta influència va disminuint a mesura que els professionals guanyen anys i milloren les seves condicions laborals, però crida l'atenció que totes les franges d'edat consideren que la influència és

notable, ja que en tots els casos la puntuació mitjana supera el 7. L'única excepció són els majors de 65 anys, amb un 3,35, tot i que no se'ls pot considerar rellevants perquè aquest col·lectiu només ha emès tres respostes en aquesta pregunta.

Taula 4.25 Grau d'influència de les condicions laborals segons l'edat

Edat	Valoració mitjana
Fins a 25 anys	7,73
De 26 a 40 anys	7,61
De 41 a 64 anys	7,21
Més de 65 anys	3,35

b) La mateixa influència per a ambdós gèneres

Malgrat que les dones, com s'ha vist en l'apartat 5.1., solen patir condicions laborals més precàries que els seus homòlegs masculins, la diferència entre els dos gèneres a l'hora de valorar la influència de les condicions de treball és ínfima: en el cas de les dones, la puntuació és de 7,4, i en el cas dels homes, de 7,53 (vegeu taula 4.26). Es comprova, doncs, que ambdós gèneres detecten per igual una influència notable.

Taula 4.26 Grau d'influència de les condicions laborals segons el gènere

Gènere	Valoració mitjana
Dona	7,4
Home	7,53

c) Més formació, major influència

Els participants amb un major grau de formació i/o especialització -és a dir, els que estan graduats en Periodisme o altres carreres relacionades amb la Comunicació i els que han assolit un màster o postgrau-, que tal com s'ha observat són els col·lectius que tenen unes condicions laborals més precàries, es veuen especialment influïts per la seva situació laboral a l'hora de treballar: els primers atorguen un 7,3 a la relació entre condicions de treball i pràctica professional, mentre que els segons la valoren amb un 7,63 (vegeu taula 4.27). Per tant, igual que succeïa en el cas dels joves, els col·lectius més precaris són els que es mostren més preocupats per aquesta situació.

En canvi, els graduats en altres matèries valoren amb un 6,32 la importància d'aquesta relació i els que no tenen estudis universitaris ho fan amb un 6,83. Tal com s'ha apuntat en l'apartat 5.1, aquests dos col·lectius, integrats per professionals majoritàriament veterans, gaudeixen d'una major estabilitat i salaris més elevats; de manera que aquesta millor situació laboral fa que estiguin menys condicionats a l'hora de treballar.

Taula 4.27 Grau d'influència de les condicions laborals segons el nivell d'estudis

Nivell d'estudis	Valoració mitjana
Graduat en Periodisme i/o altres carreres relacionades amb la Comunicació	7,53
Graduat en altres matèries	6,32
Màster o postgrau	7,63
Sense estudis universitaris	6,83
Doctorat	7,15

d) Els inicis professionals, més condicionats

Igual que succeeix amb l'edat, els anys d'experiència professional, que com s'ha vist determinen en bona part el grau de precarietat dels participants -les pitjors condicions les ostenten aquells que porten menys de quinze anys en la professió- estan molt relacionats amb la percepció de la influència de les condicions de treball en la pràctica professional. Tot i que hi ha alguna excepció, els participants que es troben a l'inici de la seva carrera professional -i que per tant tenen unes condicions més precàries- són els que més perceben aquesta influència (vegeu taula 4.28).

Els participants amb trajectòries professionals més curtes, que generalment tenen pitjors salaris i menys estabilitat, són els que es veuen més influïts per les seves condicions a l'hora de treballar: els que porten menys de dos anys en la professió valoren amb un 7,61 la relació entre situació laboral i pràctica professional, mentre que els que en porten 2 i 5 anys li atorguen un 7,56. En canvi, els professionals que han treballat entre 6 i 15 i entre 16 i 20 anys, que a banda de tenir més experiència gaudeixen també de millors condicions laborals, ho rebaixen fins a un 6,73. Crida l'atenció, però, el cas del col·lectiu que porta més de dues dècades en la professió: malgrat gaudir d'unes millors condicions que aquells que tot just comencen, els seus membres estan especialment preocupats per la relació entre condicions laborals i pràctica professional, amb una puntuació mitjana de 7,15. Aquest resultat es pot atribuir al fet que, com s'ha observat prèviament, els participants més veterans són els que més preocupats es mostren per l'empitjorament de les condicions laborals del sector.

Finalment, també cal apuntar que aquells participants que no han tingut mai experiència remunerada com a periodistes -tot i que poden haver exercit la professió, per exemple, com a estudiants en pràctiques o com a col·laboradors- són els que més influïts es veuen, amb una valoració mitjana de 8,19.

Taula 4.28 Grau d'influència segons els anys d'experiència professional

Anys d'experiència professional	Valoració mitjana
Menys de dos anys	7,61
Entre 2 i 5 anys	7,56
Entre 6 i 15 anys	6,73
Entre 16 i 20 anys	6,73
Més de vint anys	7,15
Sense experiència remunerada com a periodista	8,19

e) Major influència sobre els treballadors digitals

Analitzant la variable del tipus de mitjà es comprova que, una vegada més, el col·lectiu més precari -en aquest cas, els treballadors de mitjans digitals- és el que es veu més influït per les seves condicions laborals a l'hora de treballar. Els treballadors digitals atorguen un 8,14 a la relació entre condicions laborals i pràctica professional, una xifra considerablement superior a la mitjana, que és de 7,5 (vegeu taula 4.29).

En segon lloc es troben els treballadors de gabinets de comunicació i els de premsa, amb un 7,6 en ambdós casos. Malgrat que la precarietat no afecta gaire als empleats de gabinets -de fet, són els que es mostren més satisfets amb les seves condicions de treball-, sí que té una incidència destacada en el cas dels mitjans escrits: aquest sector, que és la principal font d'ocupació entre els participants, gaudeix de més estabilitat i millors salaris que els mitjans digitals, però en canvi és el que més insatisfet es mostra amb la seva situació actual i el que més ha vist empitjorar les seves condicions de treball. En el cas dels gabinets de comunicació, tenint en compte la bona valoració que en fan els professionals,

no es pot descartar que la influència de les condicions laborals, en aquest cas, sigui positiva.

En canvi, la influència és menor per als professionals de la televisió (7,03) i la ràdio (7,05), i és especialment baixa en el cas de les agències de notícies (6,58). D'altra banda, en aquesta ocasió no es detecta una especial incidència de la pluriocupació, ja que els professionals que treballen per a més d'un tipus de mitjà -que generalment presenten una baixa estabilitat i sous molt precaris- valoren aquesta relació amb un 7,29, és a dir, lleugerament per sota la mitjana.

Taula 4.29 Grau d'influència de les condicions laborals segons el tipus de mitjà

Tipus de mitjà	Valoració mitjana
Agència de notícies	6,58
Gabinet de comunicació	7,6
Mitjà digital	8,14
Premsa impresa	7,6
Ràdio	7,05
Televisió	7,03
Treballen per dos o més tipus de mitjans	7,29

f) Els condicionants dels mitjans d'abast espanyol

La relació de l'àmbit territorial amb el grau d'influència de les condicions laborals és complexa, ja que, no es pot establir una correlació directa amb la precarietat: al contrari de la majoria de casos que s'han vist fins ara, els col·lectius més precaris no són els que

es veuen més influïts per les seves condicions de treball. En aquest cas, la relació més intensa la detecten els treballadors de mitjans d'Àmbit espanyol, que li atorguen un 8,05 (vegeu taula 4.30). Es tracta d'un col·lectiu que presenta un elevat grau d'inestabilitat, però que té salaris generalment situats en la franja mitjana-alta i un grau de satisfacció per sobre la mitjana. Per tant, aquest elevat grau d'influència podria estar condicionat pel context polític descrit pels participants en les entrevistes en profunditat (apartat 6.1.), ja que el procés independentista culminat amb el referèndum de l'1 d'octubre de 2017 i els mesos posteriors va exercir una gran influència en la forma de treballar dels professionals que depenen de mitjans espanyols. Per tant, en aquest cas, pot ser que el grau d'influència no vingui exclusivament determinat per les seves condicions de treball sinó que s'hagi de tenir també en compte aquest context polític.

Pel que fa a la resta d'àmbits territorials, els treballadors de mitjans internacionals són els que detecten el segon major grau d'influència, amb un 7,63, malgrat que en aquest cas tampoc es poden considerar precaris, ja que disposen de bons salaris i el grau de satisfacció més elevats de tots. A continuació es troben els treballadors més precaris, que són els de mitjans de proximitat (àmbit local, comarcal o provincial), que tot i tenir els sous més baixos només puntuen amb un 7,45 aquesta relació. Finalment, en darrer lloc se situen els professionals que treballen en mitjans d'abast català, amb un 7,26. Amb relació als enquestats que treballen per a dos o més àmbits, i que per tant estan pluriocupats, tenen un nivell de preocupació proper a la mitjana, amb un 7,46. En aquest cas, doncs, la precarietat associada a la pluriocupació tampoc es reflecteix en el grau d'influència.

Taula 4.30 Grau d'influència de les condicions laborals segons l'àmbit territorial

Àmbit territorial	Valoració mitjana
Local/comarcal/provincial	7,45
Català	7,26
Espanyol	8,05

Internacional	7,63
Treballen per dos o més àmbits	7,46

g) Sense diferències segons la titularitat de l'empresa

Tot i que, com s'ha vist en l'apartat 5.1, les condicions laborals a les empreses públiques són millors que a les privades, sobretot en matèria de salaris, els dos col·lectius valoren de forma gairebé idèntica el grau d'influència de la situació laboral en l'exercici de la professió: un 7,53 en el cas dels treballadors privats i un 7,51 en el cas dels públics (vegeu taula 4.31). Per tant, en aquest cas, la titularitat de l'empresa no resulta determinant.

Taula 4.31 Grau d'influència de les condicions laborals segons la titularitat de l'empresa

Titularitat de l'empresa²³	Valoració mitjana
Privada	7,53
Pública	7,51

i) La independència que dona un contracte a temps complet

La percepció de la influència de les condicions de treball en la pràctica professional no varia gaire en funció de la situació laboral, tot i que sí que s'estableixen alguns patrons: dos dels col·lectius més precaris -els aturats, amb un 8,25, i els estudiants en pràctiques, amb un 8,27-, són els que més preocupats es mostren per la influència; mentre que els contractats a temps complet -que gaudeixen de la millor situació laboral-, amb un 7,3, i els jubilats, amb un 7,2, són els que menys influïts se senten (vegeu taula 4.32). Per tant,

²³ No s'inclouen els professionals que han respost en la categoria "altres"

sí que es pot establir una relació entre els col·lectius més precaris i la influència en la pràctica professional.

En canvi, en la resta de categories no es detecten variacions destacades: els contractats a temps parcial també presenten un grau d'influència per sota la mitjana, amb un 7,4, igual que els professionals que realitzen col·laboracions no remunerades, amb un 7,37. Pel que fa als col·laboradors remunerats, amb un 7,97, presenten un grau de preocupació una mica més elevat, mentre que en el cas dels autònoms se situa només en un 7,59. Les diferències entre tots ells, doncs, són poc destacables.

Taula 4.32 Grau d'influència de les condicions laborals segons la situació laboral

Situació laboral	Valoració mitjana
Contracte a temps complet	7,3
Contracte a temps parcial	7,4
Autònoms	7,59
Col·laboracions remunerades	7,97
Col·laboracions no remunerades	7,37
A l'atur	8,25
Estudiants en pràctiques	8,27
Jubilats	7,2

i) El condicionant de la falta de contracte

Si s'observa el tipus de contracte, es pot comprovar com el col·lectiu més precari, que correspon als professionals sense contracte -és a dir, autònoms, col·laboradors o a l'atur, entre altres-, és el que es veu més influït per les seves condicions de treball, amb un 7,73 (vegeu taula 4.33). Per tant, en aquest cas sí que hi ha una correlació entre precarietat i influència de les condicions de treball en la pràctica professional.

Aquesta és, tanmateix, l'única correlació que es pot establir, ja que el segon lloc l'ocupen precisament els participants menys precaris, que són els que tenen contracte indefinit, amb un 7,41, gairebé empatant amb els que estan per obra i servei, que puntuen amb un 7,39. Aquest fet es pot explicar perquè molts dels treballadors que tenen contractes indefinits es troben en la franja d'edat més veterana i amb una major experiència professional, que són els col·lectius que s'han mostrat més preocupats per l'evolució de les condicions laborals de la professió. En canvi, el col·lectiu de treballadors temporals és el que mostra un menor grau de preocupació, amb un 7,14, malgrat la inestabilitat que comporta la seva posició. Tot i això, cal assenyalar que les diferències entre les diverses categories son poc significatives.

Taula 4.33 Grau d'influència de les condicions laborals segons el tipus de contracte

Tipus de contracte	Valoració mitjana
Contracte indefinit	7,41
Contracte temporal	7,14
Contracte per obra i servei	7,39
Sense contracte	7,73

j) Major preocupació entre les categories més baixes

Amb relació a la categoria professional, els ajudants de redacció, que com s'ha vist són un dels col·lectius amb salaris més baixos i que pitjor valora la seva situació, són, amb diferència, els que més influïts estan per les seves condicions de treball, amb una puntuació de 8,29 (vegeu taula 4.34). Aquest torna a ser, doncs, un nou cas en què la precarietat influeix negativament als professionals a l'hora de treballar.

En segon lloc hi ha un altre dels col·lectius més precaris, els estudiants en pràctiques, amb una puntuació de 7,9, però és significatiu que la tercera posició l'ocupin els participants que gaudeixen d'una millor situació laboral: els directors, amb un 7,83. Aquesta dada es pot explicar, per una banda, perquè els càrrecs directius poden ser conscients dels privilegis laborals que els comporta el seu càrrec i veure's influïts per aquesta circumstància a l'hora de treballar; i per l'altra, perquè malgrat no veure's directament afectats per la precarietat, els directors poden ser conscients que bona part dels seus treballadors sí que la pateixen. Els autònoms, que com s'ha vist solen estar poc satisfets amb la seva situació laboral, també mostren una preocupació per sobre la mitjana, amb un 7,53. En aquest cas, doncs, es torna a detectar la influència de la precarietat.

A continuació, i ja per sota la mitjana, es troben els caps de secció, amb una valoració de 7,42, que es mostren més preocupats que els seus redactors, que puntuen aquesta relació amb un 7,37, una xifra similar a la dels no actius (7,33). Finalment, els que menys influïts es consideren són els caps de redacció, amb un 7,1. Per tant, amb l'excepció dels directors, els dos col·lectius que ostenten càrrecs de responsabilitat- caps de secció i caps de redacció-, i que gaudeixen de millors condicions, són els que menys influïts es veuen.

Taula 4.34 Grau d'influència de les condicions laborals segons la categoria professional

Categoria professional	Valoració mitjana
Ajudant de redacció	8,29

Redactor/a	7,37
Cap de secció	7,42
Cap de redacció	7,1
Director/a	7,83
Col·laborador/autònom	7,53
Estudiant en pràctiques	7,9
No actiu	7,33

k) La influència de la precarietat salarial

La variable del salari és un dels principals factors d'incidència en la pràctica professional, ja que els participants amb ingressos més baixos són els que pateixen una major influència de la seva situació en la pràctica professional (vegeu taula 4.35). Els enquestats que cobren per sota els 15.000 euros bruts anuals, i que per tant tenen el salari més precari, puntuen amb un 7,6 la relació entre condicions de treball i pràctica periodística. Aquesta preocupació va disminuint a mesura que augmenten els ingressos: en el cas dels que cobren entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals la valoració és de 7,52, i en el cas de l'interval d'entre 25.001 i 35.000 cau fins al 7,06.

A continuació, però, hi ha una excepció: els professionals situats a la franja salarial d'entre 35.001 i 50.000 euros bruts anuals són els que més influïts es veuen per les seves condicions laborals a l'hora de treballar, amb una valoració de 7,7. En aquest punt, però, es poden fer dues observacions. Per una banda, els professionals que es troben en aquesta franja salarial són molt pocs (només un 9% del total), de manera que la mitjana es fa amb un nombre relativament baix de respostes; i per l'altra, que per arribar a aquesta franja salarial, com s'ha vist, els enquestats necessiten una llarga trajectòria professional, fet que els permet tenir una perspectiva més global de la situació. Finalment, els participants menys precaris, que cobren més de 50.000 euros bruts anuals, són els que menys influïts es veuen per les condicions laborals, amb una valoració de només un 5,52.

Taula 4.35 Grau d'influència de les condicions laborals segons el salari

Salari	Valoració mitjana
Fins a 15.000 e bruts anuals	7,6
De 15.001 a 25.000 e bruts anuals	7,52
De 25.001 a 35.000 e bruts anuals	7,06
De 35.001 a 50.000 e bruts anuals	7,7
Més de 50.000 e bruts anuals	5,52

4.3. Comportaments ètics dels professionals

Aquest tercer bloc analitza quina és la relació de la precarietat laboral descrita en els apartats 4.1. i 4.2. amb els quatre principis ètics de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat perfilats a partir del tesaure dissenyat per Alsius (1999, 2010). En el primer subapartat es determina quins són els col·lectius que més han hagut de renunciar a la seva ètica professional per motius laborals, és a dir, per mantenir o aconseguir una feina. A continuació, es comprova quins són els principis ètics que els participants vulnereu de forma més freqüent en la seva pràctica professional i s'analitzen a partir de les diferents variables per establir si existeix una relació entre els col·lectius més precaris i la freqüència en l'incompliment d'aquests principis.

4.3.1 Relació entre la precarietat i els quatre principis ètics

4.3.1.1 El "preu" d'una feina

A la pregunta "Al llarg de la seva trajectòria professional, ha hagut de renunciar en alguna ocasió a la seva ètica professional per tal d'aconseguir o mantenir una feina?", s'observa que, malgrat la precarietat i l'elevat grau d'influència que aquesta té en la pràctica de la professió, el 61,8% dels participants afirma que en cap moment ha hagut de prendre

alguna decisió que anés en contra del seu criteri ètic amb l'objectiu d'aconseguir o mantenir una feina. En canvi, gairebé quatre de cada deu (un 38,2%) sí que ho ha hagut de fer (vegeu taula 4.36)

Taula 4.36 Renúncies a l'ètica per motius laborals

	Freqüència	Percentatge
Sí	152	38,2
No	246	61,8
Total	398	100

a) Els joves, obligats a fer més renúncies

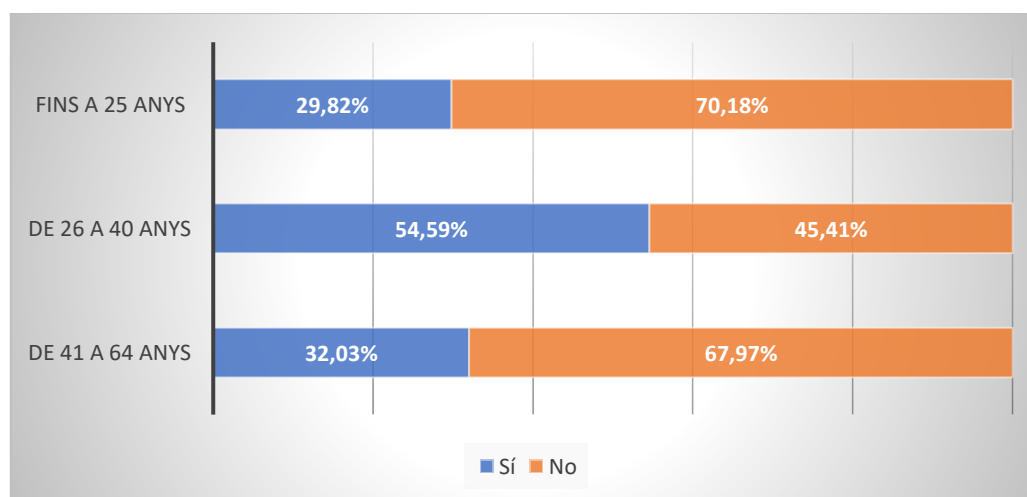
Com s'ha apuntat anteriorment, els periodistes menors de 25 anys són els que es troben en una situació més precària, ja que pateixen un alt nivell d'inestabilitat i els seus salaris són molt baixos. Tot i això, aquest col·lectiu és, precisament, el que menys ha hagut de renunciar a la seva ètica per tal d'aconseguir o mantenir una feina: només un 30% admet que ha hagut de prendre decisions que anessin en contra del seu criteri ètic per poder conservar un lloc de treball, mentre que el 70% diu que no ho ha hagut de fer mai (vegeu gràfic 52). Tal com s'apuntarà en les entrevistes en profunditat (apartat 6.1.), per explicar aquestes dades cal tenir en compte factors com l'alt element vocacional que experimenten molts joves i el fet que en molts casos reben ajuda familiar i no tenen responsabilitats econòmiques, circumstàncies que els atorguen més independència a l'hora de treballar.

En canvi, són els participants d'entre 26 i 40 anys, que ja porten un temps en la professió però com s'ha vist en molts casos encara no han aconseguit establir-se ni aconseguir un salari de la franja mitjana-alta, els que més han hagut de renunciar al seu criteri ètic per poder aconseguir o mantenir una feina: més de la meitat, gairebé un 55%, admet haver-ho hagut de fer en alguna ocasió, mentre que el 45% diu que no. Per tant, es pot

apuntar que la necessitat de progressar laboralment, sumat a què és durant aquesta franja d'edat que comencen a aparèixer les responsabilitats econòmiques i familiars, condueix els participants a una major renúncia de la seva ètica.

Finalment, en la franja d'edat dels 41 als 64 anys, que és on se situen majoritàriament les categories professionals més altes, els millors salaris i les millors condicions laborals, torna a baixar el percentatge: només un 32% diu que ha hagut de prendre decisions en contra la seva ètica per mantenir una feina, mentre que el 68% no ho ha hagut de fer mai. Per tant, es pot concloure que el percentatge més gran de renúncies es troba entre aquells que estan intentant consolidar-se dins de la professió, mentre que és molt menor entre aquells que tot just comencen i també entre els que ja estan estabilitzats.

Gràfic 52. Renúncies a l'ètica professional segons l'edat²⁴



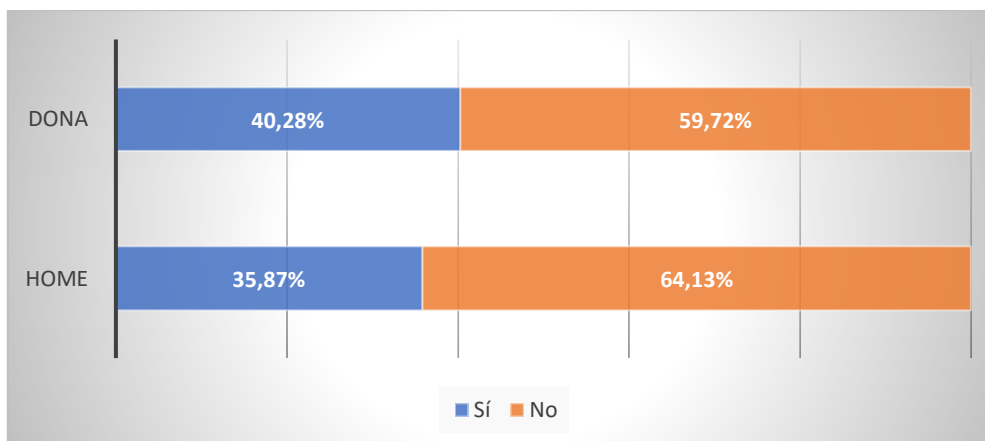
b) Les dones, més vulnerables

En el cas de la variable de gènere, les diferències són petites, tot i que existeixen. Un 40% de les dones, que com s'ha vist tenen condicions més precàries -salari més baixos i una major inestabilitat-, han respost afirmativament a la pregunta, mentre que entre els homes el percentatge se situa lleugerament per sota, en prop d'un 36% (veure gràfic 53). Per

²⁴ No s'inclouen els majors de 65 anys per haver rebut menys de deu respostes

tant, es pot afirmar que les dones, que en aquest cas son el col·lectiu més vulnerable, es veuen més obligades que els homes a prendre decisions que puguin anar en contra de la seva ètica per tal de mantenir o aconseguir un lloc de treball, malgrat que la diferència no és massa significativa.

Gràfic 53. Renúncies a l'ètica professional segons el gènere



c) La formació en Periodisme, garantia d'ètica

Analitzant la variable del nivell d'estudis, es pot comprovar com el grup que en més ocasions ha hagut de renunciar a la seva ètica professional per mantenir un lloc de treball és el de graduats en matèries no relacionades amb la comunicació, ja que un 50% manifesta haver-se trobat en aquesta situació (vegeu gràfic 54). Com s'ha vist, aquest és un dels col·lectius menys precaris, ja que molts dels seus integrants gaudeixen de contractes indefinits i a temps complet, així com de salaris situats en la franja mitjana-alta. Per tant, descartada en aquest cas la vinculació amb la precarietat, la hipòtesi és que un alt percentatge d'aquestes renúncies no són atribuïbles a les condicions laborals, sinó a la manca de formació en matèria d'ètica periodística.

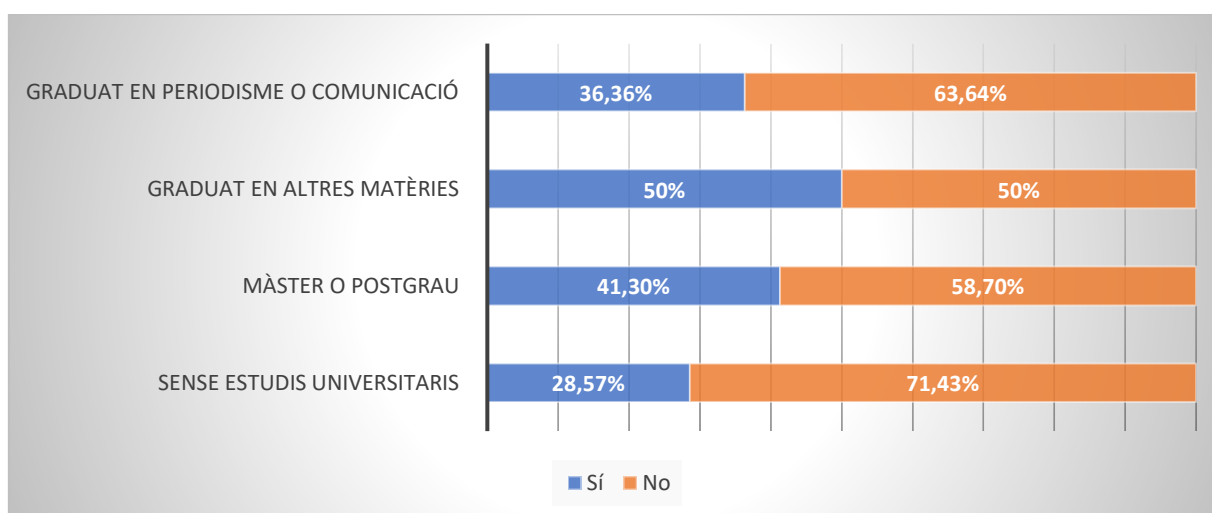
Els participants amb màster o postgrau, molts dels quals tenen entre 26 i 40 anys i presenten alts nivells d'inestabilitat combinats amb salaris situats majoritàriament en les franges mitjana i baixa, són el segon col·lectiu que més admet haver renunciat a la seva ètica per mantenir un lloc de treball, amb un 41,3% de respostes afirmatives. En aquest

cas, doncs, sí que es percep una influència de la precarietat en les decisions ètiques d'aquests professionals.

En canvi, un dels percentatges més baixos de renúncies el trobem entre els graduats en Periodisme o altres matèries relacionades amb la Comunicació, que malgrat patir algunes de les condicions més precàries només registren un 36% de renúncies a la seva ètica en favor d'una feina. En aquest cas, cal recordar que la seva formació universitària ha inclòs matèries específiques d'ètica periodística, fet que els pot influir a l'hora de prendre decisions. Finalment, els que menys han hagut de renunciar són els participants sense estudis universitaris (28,57%), que majoritàriament corresponen al col·lectiu més veterà, amb categories professionals de responsabilitat i amb bones condicions de treball.

Per tant, de la variable del nivell d'estudis se'n pot extreure que, malgrat la influència que té el factor de la precarietat, també s'ha de tenir en compte que una formació especialitzada en Periodisme genera un respecte per l'ètica malgrat que es puguin tenir unes condicions laborals desfavorables.

Gràfic 54. Renúncies a l'ètica professional segons el nivell d'estudis²⁵



²⁵ No s'inclouen els doctors per haver rebut menys de deu respostes

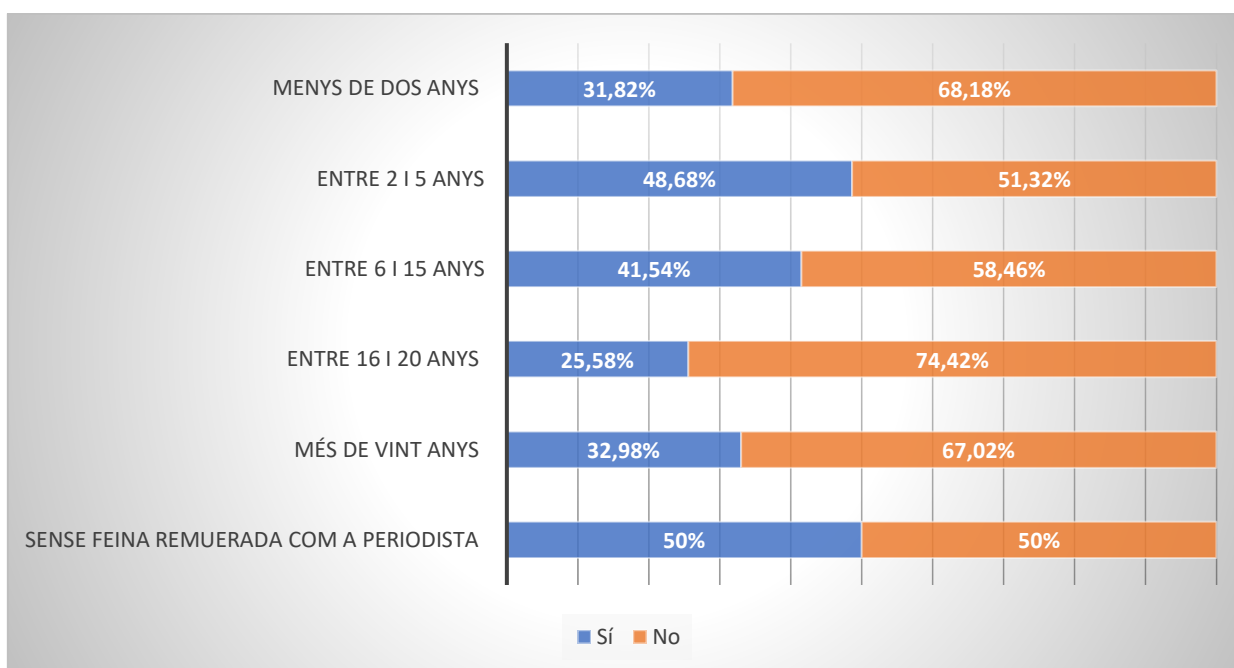
d) El període de consolidació, un risc per a l'ètica

L'anàlisi de la variable dels anys d'experiència professional atorga uns resultats que es corresponen amb els que s'han obtingut amb relació a l'edat. De nou, s'observa com dos dels col·lectius que es troben en ple procés de consolidar-se a nivell laboral i professional són els que més obligats s'han vist a renunciar a la seva ètica (vegeu gràfic 55). Segons les dades obtingudes, gairebé la meitat dels participants que porten entre 2 i 5 anys en la professió (un 48,68%) ha hagut de renunciar en alguna ocasió a la seva ètica per una feina, igual que ho ha fet un 41,54% dels que n'hi porten entre sis i quinze. Tenint en compte que, com s'ha observat en l'apartat 5.1, no és fins a partir dels quinze anys d'experiència que s'obtenen unes millors condicions laborals, es confirma que els professionals que intenten progressar i establir-se dins la professió són els que es veuen obligats a fer més renúncies.

En canvi, els percentatges entre els altres col·lectius són significativament més baixos. Per exemple, només un 31,82% dels participants que porten menys de dos anys en la professió han respost afirmativament a la pregunta. Igual que en el cas de l'edat, aquí també s'han de tenir en compte factors com l'element vocacional dels més joves i la falta de responsabilitats econòmiques i familiars, que els permeten tenir un major grau de llibertat. Pel que fa als que porten més de vint anys en la professió, i que per tant gaudeixen de les millors condicions, el percentatge de renúncies és del 33%, mentre el col·lectiu que té entre setze i vint anys d'experiència -moment en què les condicions de treball comencen a ser estables i ben remunerades- el percentatge cau fins a un 25,58%.

Així doncs, en coincidència amb els resultats observats en la variable de l'edat, es pot comprovar com la majoria de les renúncies es produeixen entre aquells col·lectius que s'estan intentant consolidar dins la professió. Un cas a part són els que no han tingut mai experiència remunerada com a periodistes: malgrat que un 50% ha respost que sí i l'altre 50% que no, les seves opinions en aquest cas són menys rellevants perquè no han entrat al mercat de treball pròpiament dit.

Gràfic 55. Renúncies a l'ètica professional segons els anys d'experiència



e) Més concessions en l'àmbit digital

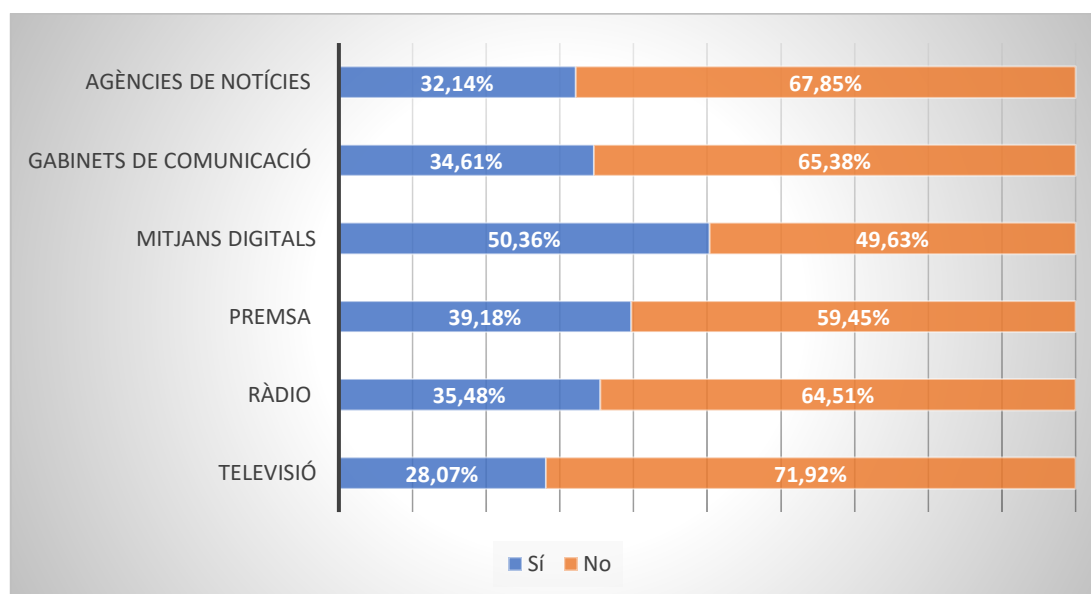
L'anàlisi de la variable del tipus de mitjà indica que els treballadors de mitjans digitals - que, com s'ha vist en l'apartat 5.1., són els que pateixen condicions més precàries i els que mostren un menor grau de satisfacció amb la seva situació- són el col·lectiu que ha hagut de fer més concessions per mantenir un lloc de treball, ja que un 50,36% ha respost afirmativament a la pregunta (vegeu gràfic 56). Per tant, en aquest cas sí que es detecta una correlació entre la precarietat laboral i la renúncia a l'ètica periodística. En segon lloc, tot i que sense arribar al 50%, es troben els treballadors de premsa, que com s'ha vist són el col·lectiu més preocupat per l'empitjorament de les seves condicions de treball. En aquest punt, doncs, es torna a detectar la influència de la precarietat a l'hora de fer renúncies, ja que gairebé quatre de cada deu treballadors de mitjans escrits (un 39,18%) afirma haver renunciat a la seva ètica professional per tal de mantenir un lloc de treball.

En l'àmbit de la ràdio, els gabinets i les agències de notícies, que són llocs de treball amb condicions laborals generalment menys precàries (malgrat les ja mencionades diferències entre el sector públic i el privat), els percentatges de renúncies a l'ètica per motius laborals

són molt similars i lleugerament més baixos: han respost afirmativament un 35,48%, un 34,61% i un 32,14% dels treballadors, respectivament. El percentatge més baix, però, es troba en l'àmbit televisiu (28,07%), un mitjà que presenta elevats percentatges d'estabilitat laboral i salaris de la franja mitjana-alta, i que per tant és un dels menys precaris.

Per tant, en la variable del tipus de mitjà, sí que es pot afirmar que aquells que ofereixen unes condicions laborals més precàries -digitals- o que més han empitjorat -premsa- són també els que més han obligat els seus professionals a renunciar a l'ètica per poder aconseguir o mantenir els seus llocs de treball.

Gràfic 56. Renúncies a l'ètica professional segons el tipus de mitjà



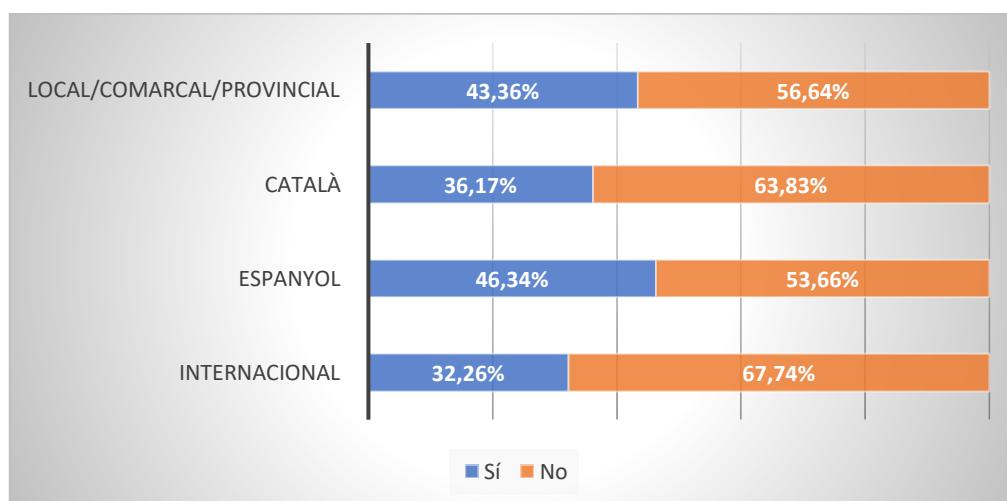
f) La preocupació dels treballadors de mitjans espanyols

Amb relació a l'àmbit territorial, el col·lectiu que més admet haver pres decisions que anaven en contra de la seva ètica professional per aconseguir o conservar un lloc de treball són els empleats de mitjans d'abast espanyol, amb un 46,34% (vegeu gràfic 57). Com s'ha vist, és un col·lectiu que prèviament ha manifestat veure's molt influït per les seves condicions de treball, que es caracteritzen per uns salaris situats en una franja mitjana-

alta però amb un elevat grau d'instabilitat. Tal com s'ha apuntat anteriorment, en aquest cas cal tenir molt en compte el context polític, ja que, com es veurà més endavant, alguns participants en les entrevistes en profunditat apunten que durant el procés independentista van rebre fortes pressions dels seus superiors per tal de modificar continguts. Aquest fet, sumat a l'elevada instabilitat, pot explicar aquest elevat percentatge de renúncies.

El segon col·lectiu que més concessions manifesta fer són els treballadors de mitjans locals, comarcals o provincials, amb un 43,36%. En aquest cas s'estableix una clara relació amb la precarietat, ja que són els que tenen pitjors salaris i un grau de satisfacció més baix amb la feina. En canvi, els treballadors d'àmbit català -que solen gaudir d'una estabilitat força alta i salaris elevats- i els d'abast internacional -que són els més satisfets amb les seves condicions de treball- són els que menys renúncies ètiques han hagut de realitzar, amb només un 36,17% i un 32,26% respectivament. Per tant, en la variable de l'àmbit territorial, la precarietat sí que té incidència, tot i que també cal tenir en compte el context polític.

Gràfic 57. Renúncies a l'ètica professional segons l'àmbit territorial



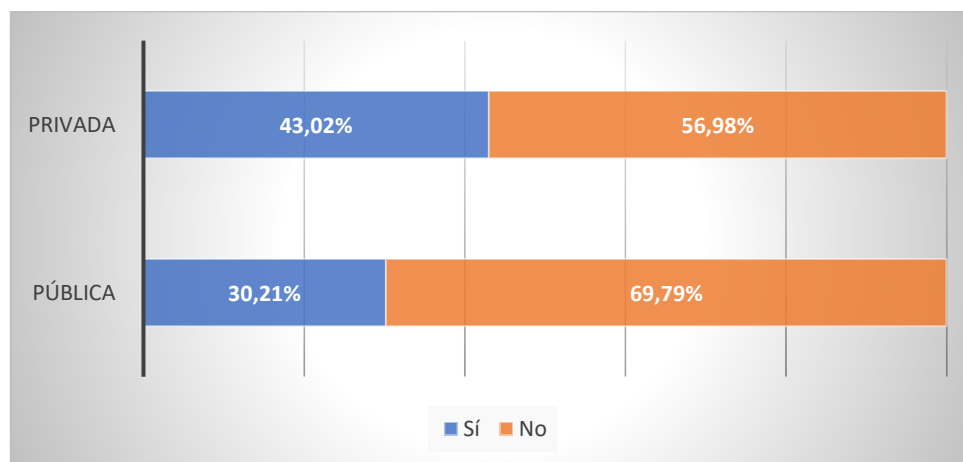
g) Majors renúncies dins l'àmbit privat

El percentatge de participants que afirma haver renunciat a la seva ètica professional per motius laborals és considerablement més elevat en l'àmbit de l'empresa privada que en

el de la pública, ja que se situa tretze punts percentuals per sobre: un 43,02% dels participants que treballen per a empreses privades han hagut de fer concessions a la seva ètica professional per motius laborals, mentre que en el cas de la pública només s'han trobat en aquesta situació un 30,21% (vegeu gràfic 58).

En aquesta variable, doncs, es torna a observar una relació directa entre el col·lectiu més precari -els treballadors d'empreses privades- i la renúncia a l'ètica professional. Tot i això, també s'ha de tenir en compte que, en les entrevistes en profunditat a professionals (apartat 6.1), els treballadors de mitjans públics manifesten sentir-se més segurs i protegits per poder prendre les seves pròpies decisions sense témer represàlies que si treballessin en un mitjà privat, ja que mencionen la seguretat laboral -en aquest cas, un major percentatge de contractes a temps complet- i l'existència de mecanismes d'autoregulació dins la redacció com a factors clau per aconseguir-ho.

Gràfic 58. Renúncies a l'ètica professional segons la titularitat de l'empresa



h) La inestabilitat, factor de renúncia

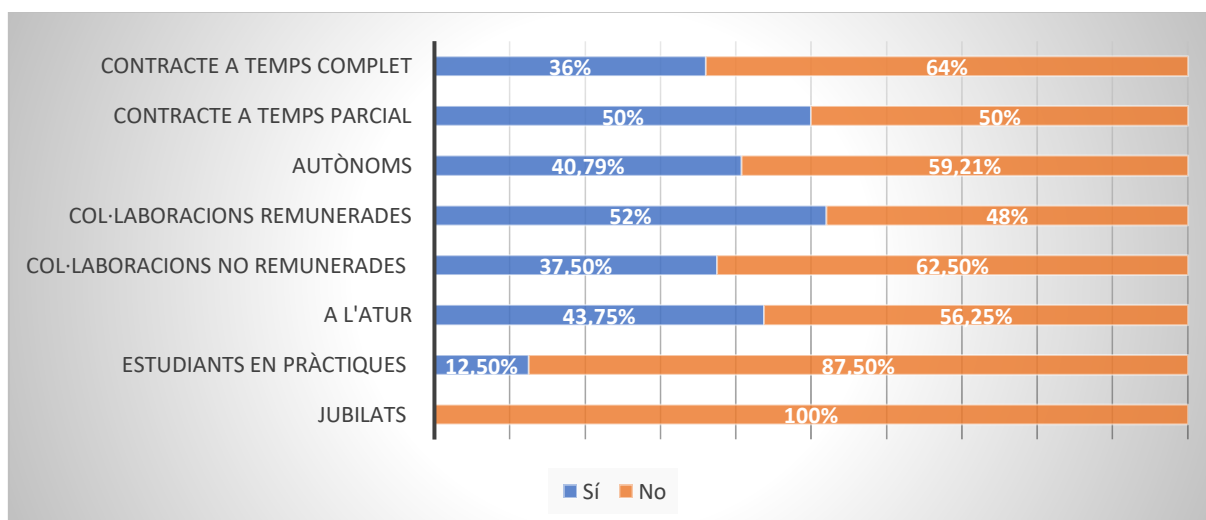
La variable de la situació laboral permet comprovar com aquells participants que es troben en situacions més inestables -especialment els que fan col·laboracions remunerades i els que estan contractats a temps parcial- són els que en més ocasions han hagut de renunciar a la seva ètica professional per tal d'obtenir o mantenir el seu lloc de treball (vegeu gràfic

59). En canvi, els que menys ho han hagut de fer són els que gaudeixen d'una major estabilitat, és a dir, els que tenen un contracte a temps complet.

Un cop més, es constata que els col·lectius que han hagut de fer més renúncies són els que estan en situacions més precàries. En primer lloc hi ha els professionals que fan col·laboracions remunerades, que com s'ha apuntat sovint estan mal pagades i generen un baix grau de satisfacció, amb un 52% de respostes afirmatives. En segona posició, amb un 50%, es troben els professionals contractats a temps parcial, que com s'ha vist estan associats a uns baixos ingressos i a un grau de satisfacció també baix. Tot seguit se situen els participants a l'atur, amb un 43,75%, i a continuació els autònoms, amb un 40,79%.

En canvi, els participants amb contractes a temps complet, associats a millors salaris i un major grau de satisfacció, són els que presenten un menor percentatge de renúncies, amb només un 36%. També destaca que només un 37,5% dels participants que fan col·laboracions no remunerades han hagut de fer alguna renúncia, però aquest baix percentatge es pot explicar, precisament, perquè no hi ha una compensació econòmica a conservar. Un cas a part són els jubilats, cap dels quals afirma haver renunciat a la seva ètica per una feina. Tot i això, les seves respostes són estadísticament irrellevants, ja que només se n'han rebut cinc.

Gràfic 59. Renúncies a l'ètica professional segons la situació laboral

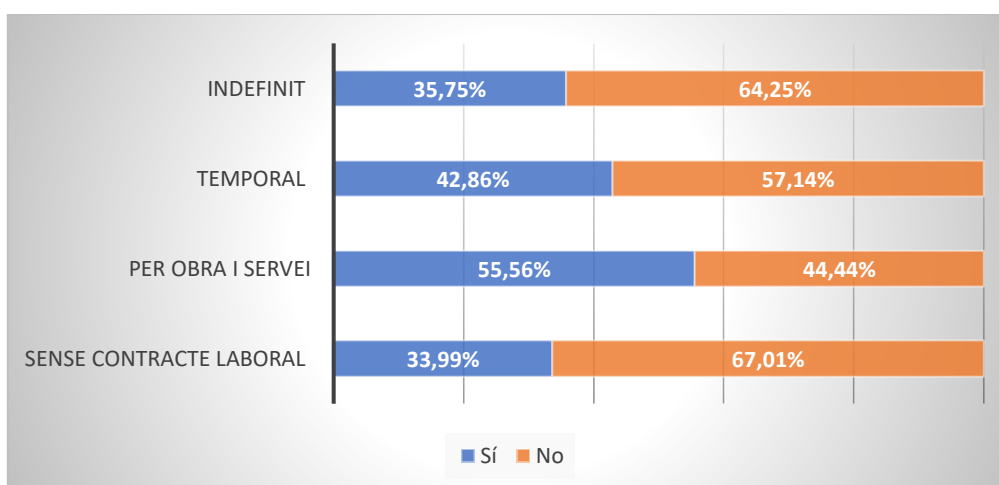


i) Un contracte indefinit, element de llibertat

En la variable del tipus de contracte, es torna a observar un cert paral·lelisme entre la precarietat laboral i el percentatge de renúncies a l'ètica. Dos dels col·lectius més inestables -els professionals que estan contractats per obra i servei i els que tenen contractes temporals- són els que més admeten que han hagut de renunciar a la seva ètica per mantenir un lloc de treball, amb un 55,56% i un 42,86% de respostes afirmatives respectivament (vegeu gràfic 60). En canvi, entre els que disposen de contractes indefinits -i que per tant es troben en una situació més estable i menys precària-, el percentatge només arriba a un 35,75%.

Un cas a part són els professionals que no disposen de contracte laboral. Aquest col·lectiu, malgrat tenir unes condicions molt precàries, amb salaris molt baixos i poca satisfacció professional, només té un percentatge de respostes afirmatives del 34%, fet que pot generar diverses hipòtesis. Per una banda, hi ha el fet que aquest col·lectiu inclou, a banda dels autònoms, persones que són estudiants en pràctiques, que estan a l'atur o que fan col·laboracions (tant remunerades com no remunerades), de manera que alguns d'ells no tenen un lloc de treball a defensar i per tant no s'han trobat en aquesta tessitura. D'altra banda, i tenint en compte que, com s'ha observat prèviament, el fet de tenir un contracte -especialment indefinit- està molt ben valorat pels participants-, alguns dels que no en tenen poden pensar que la via per aconseguir-lo és a través de l'ètica professional.

Gràfic 60. Renúncia a l'ètica professional segons tipus de contracte



j) El cost de l'ascens professional

En el cas de la categoria professional, es pot comprovar com aquells participants que ocupen categories mitjanes, com la de redactor, i els que són col·laboradors i/o autònoms són els que més sovint han hagut de renunciar a la seva ètica professional per mantenir un lloc de treball (vegeu gràfic 61). En el primer cas, es pot explicar perquè correspon a treballadors que estan intentant consolidar la seva posició dins la professió, mentre que en el segon es correspon amb les dades obtingudes en la variable de la situació laboral, on els col·laboradors i els autònoms es troben també entre els col·lectius que més afirmen haver hagut de realitzar aquestes renúncies. En canvi, el percentatge més baix de renúncies correspon als directors, que són els que ostenten la categoria de màxima responsabilitat i també gaudeixen de les millors condicions de treball.

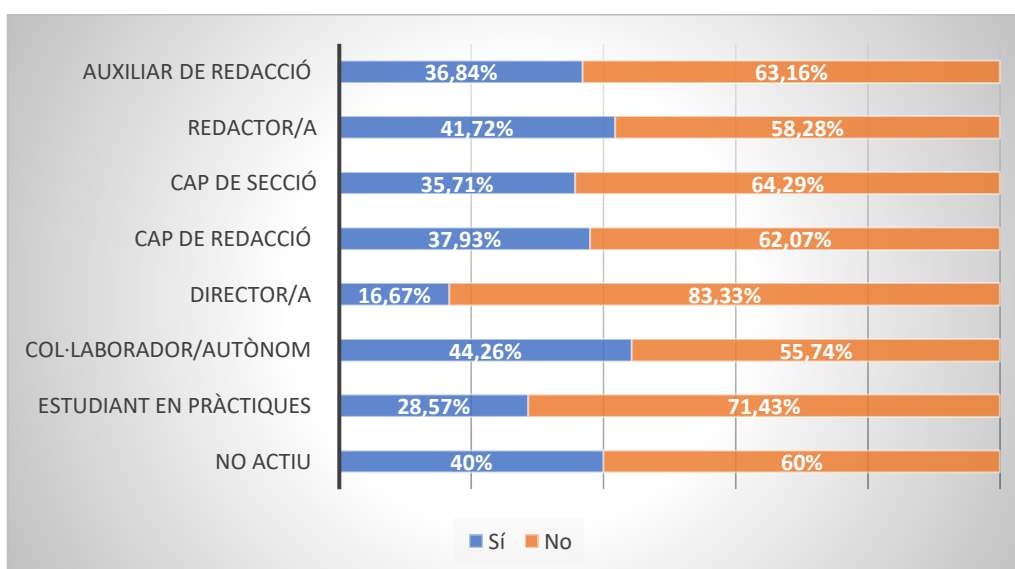
Els participants que més renúncies han hagut de fer a nivell ètic per tal d'aconseguir o mantenir una feina són els col·laboradors i/o autònoms, amb un 44,26% de respostes afirmatives. Aquesta xifra es correspon amb les dades obtingudes en la variable de situació laboral, que situaven en un 40,79% el percentatge de renúncies per part dels autònoms i en un 52% les dels col·laboradors no remunerats. El resultat torna a deixar palesa, doncs, la vulnerabilitat dels professionals en situacions més inestables per defensar els seus criteris ètics. En segon lloc, amb un 41,72% de respostes afirmatives, es troben els redactors, molts dels quals tenen menys de cinc anys d'experiència (vegeu gràfic 27) i per tant s'estan fent un lloc en l'àmbit professional, fet que en part pot explicar aquest elevat percentatge de renúncies. A continuació es troben els professionals no actius, amb un 40% de respostes afirmatives, tot i que es tracta d'un col·lectiu difícil de valorar perquè el fet de no tenir un lloc de treball fa, precisament, que no l'hagin de defensar.

Entre els càrrecs de responsabilitat dins la redacció -caps de secció i caps de redacció-, els percentatges de respostes afirmatives són més baixos, amb un 35,71% i un 37,93%, respectivament. D'aquestes xifres se'n pot extreure la conclusió que un cop s'ha obtingut un càrrec de responsabilitat, que com s'ha vist sol anar acompanyat de millors condicions salarials i laborals, els professionals tenen menys necessitat de fer renúncies ètiques. Tot

i això, en un percentatge similar se situen els ajudants de redacció, que són la categoria més baixa i precària, amb un 36,84%. En aquest cas, una hipòtesi és que els ajudants solen tenir pocs anys d'experiència professional, de manera que potser no han tingut temps de trobar-se en una situació d'aquestes característiques.

Els estudiants en pràctiques, per la seva banda, presenten un percentatge encara més baix de renúncies, situat en un 28,57%. En aquest cas es pot apuntar que, igual que els ajudants de redacció, es tracta de persones que tot just estan començant la seva trajectòria professional i que per tant encara no han tingut temps de trobar-se amb gaires situacions d'aquestes característiques, i també s'ha de tenir en compte que el fet de no ser treballadors de ple dret pot fer que els seus superiors siguin més reticents a l'hora de formular-los determinades exigències. Finalment, també s'ha de valorar el fort component vocacional que, com es veurà en les entrevistes en profunditat, tenen els participants més joves. Finalment, tal com s'ha mencionat anteriorment, els directors, amb només un 16,67% de respostes positives, són el col·lectiu que menys renúncies ha hagut de fer a la seva ètica per motius laborals. D'aquesta manera es confirma que els participants realitzen les principals renúncies mentre intenten establir-se dins la professió, mentre que mostren una major capacitat per respectar la seva ètica personal a mesura que assumeixen càrrecs de responsabilitat.

Gràfic 61. Renúncies a l'ètica professional segons la categoria



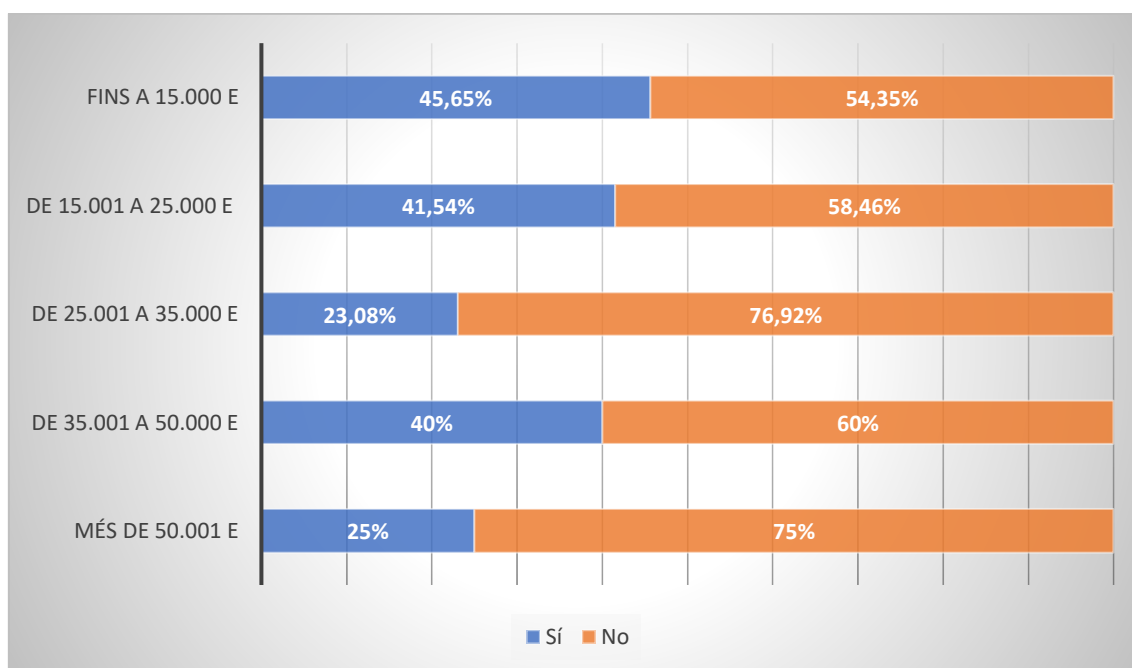
k) Els salaris més baixos generen més renúncies

A partir de la variable dels salaris, que són un dels principals indicadors de la precarietat, es pot observar com els col·lectius amb ingressos més baixos són, generalment, els que s'han vist obligats a fer més renúncies de caràcter ètic (vegeu gràfic 62). Per tant, en aquesta variable es torna a observar una estreta relació entre precarietat i renúncies a l'ètica. El grup de professionals que cobra menys de 15.000 euros bruts l'any, i que per tant té el menor volum d'ingressos, és el que més sovint ha de fer concessions ètiques per tal d'aconseguir o mantenir alguna feina, ja que un 45,65% s'ha trobat en aquesta situació.

El percentatge de respostes positives, tanmateix, es va reduint a mesura que incrementa la massa salarial: en la franja dels 15.001 als 25.000 euros bruts anuals, el percentatge de respostes afirmatives se situa en un 41,54%, mentre que en l'interval dels 25.001 als 35.000 la xifra es redueix fins a un 23,08%. Tot i això, en la franja salarial d'entre els 35.001 i els 50.000 euros bruts anuals s'observa un canvi de tendència, ja que la xifra torna a créixer fins a un 40%. En aquest cas, una hipòtesi plausible seria que arribar a aquest sou anual és molt difícil per a la majoria de periodistes (només un 8,9% dels participants es troba en aquesta franja), de manera que un cop assolit es poden fer concessions per no haver-hi de renunciar. Tot i això, aquest 40% continua essent un percentatge més baix que en el cas dels col·lectius que cobren per sota els 25.000 euros bruts anuals.

Finalment, el grup dels participants que cobren més de 50.000 euros bruts l'any, malgrat ser poc significatiu pel seu baix nombre de respostes (només hi ha vuit enquestats que superin aquesta quantitat), és el que menys renúncies ha hagut de fer: només un 25% s'ha trobat en aquesta tessitura. En aquest sentit, cal recordar que molts dels seus integrants ostenten la categoria de director, que com s'ha vist en el subapartat anterior (gràfic 61) també és la que menys renúncies manifesta.

Gràfic 62. Renúncies a l'ètica professional segons el salari



4.3.2 Influència de la precarietat en l'actitud davant dels principis ètics

L'enquesta ha plantejat als participants un total de divuit dilemes ètics -corresponents als principis de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat- amb els quals es poden trobar en la seva pràctica diària de la professió, i els ha demanat que valorin amb quina freqüència manifesten determinades actituds: diàriament, de forma freqüent, en casos excepcionals o mai. A continuació s'avalua quins són els supòsits ètics que els participants incompleixen de forma més habitual i en quins col·lectius la freqüència és més elevada, per tal de determinar si hi ha una relació entre els grups que tenen unes condicions laborals més precàries i l'incompliment d'aquests preceptes.

4.3.2.1 Efectes sobre el principi de llibertat

Estudis previs com el de Palacio et al (2018) posen de manifest que el principi de llibertat és un dels que els periodistes veuen més amenaçats davant la situació de crisi econòmica que pateixen els mitjans. Per això, aquest és el principi que aquesta tesi vol abordar amb més profunditat, de manera que a través de l'enquesta s'han plantejat als participants set qüestions relacionades amb l'exercici de la seva llibertat: presentar continguts que en

realitat són patrocinats (pràctica coneguda com a “branded content”); autolimitar-se amb aquelles informacions que puguin anar en contra de la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà; publicar informacions que beneficiïn altres empreses o mitjans amb els quals es té relació; i publicar, modificar o eliminar informació per exigència d’un superior, perquè se’ls demana des de l’esfera política, per tal d’obtenir més publicitat i/o patrocinis i per adequar-se a la línia editorial del mitjà.

Les dades reflecteixen que, en cinc dels set supòsits, els participants que admeten fer-ho en alguna ocasió (sigui de forma diària, freqüent o en casos excepcionals) superen el 50%, i per tant son més nombrosos que els que afirmen no fer-ho mai. Hi ha tres qüestions que preocupen especialment als enquestats, ja que els seus percentatges són substancialment elevats: publicar, modificar o eliminar informació per exigència d’un superior, supòsit que admeten dur a terme un 82,4% dels participants; publicar, modificar o eliminar informació per tal d’adequar-se a la línia editorial del mitjà, que arriba a un 74,06%; i autolimitar-se amb aquelles informacions que puguin anar en contra de la línia editorial i/o ells interessos econòmics del mitjà, que se situa en un 70,4%. Aquests elevats percentatges reflecteixen les fortes pressions internes (procedents de dins la mateixa empresa, sigui de manera directa o indirecta) que, tal com havien detectat Palacio et al (2018), pateixen els periodistes a l’hora d’exercir la seva professió. També superen el 50% de respostes afirmatives la publicació d’informacions que beneficiïn altres empreses i/o mitjans de comunicació amb els quals està relacionat el periodista (els coneguts com a “conflictes d’interès”), amb un 52,8%, i la publicació de continguts que en realitat són patrocinats, amb un 52,65%. En aquests casos, tanmateix, els percentatges de pràctiques són menors.

En canvi, es comprova que les pressions procedents de l’exterior -és a dir, de l’esfera política i/o econòmica- tenen menys influència en la tasca diària dels periodistes que no pas les pressions internes. De fet, les dues preguntes relacionades amb la influència de caire polític i econòmic se situen per sota el 50% de respostes afirmatives: només un 45,58% dels participants admeten publicar, modificar o eliminar informació per tal d’obtenir més publicitat i/o patrocinis, mentre que tan sols un 35,48% admet fer-ho perquè rep peticions des de l’esfera política. Per tant, malgrat que el model mediterrani de Hallin

i Mancini (2008) atribueix al sistema mediàtic espanyol -i, per extensió, també al català- un alt nivell de paral·lelisme polític, i que en la pregunta relacionada amb els motius de preocupació professional s'ha pogut comprovar que les pressions polítiques preocupen als participants més que les econòmiques (vegeu gràfic 50), les respostes en aquest cas indiquen que la influència política arriba més filtrada a través dels càrrecs de responsabilitat i les pròpies rutines de producció que no pas directament per part de forces de pressió exteriors.

Tenint en compte aquests resultats, doncs, l'anàlisi a partir de les diferents variables se centrarà en els supòsits que han obtingut més d'un 50% de respostes afirmatives: publicar, modificar o eliminar informació per exigència d'un superior; publicar, modificar o eliminar informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà; autolimitar-se amb aquelles informacions que poden anar en contra de la línia editorial i/o els interessos del mitjà; publicar informacions que beneficiïn altres empreses i/o mitjans amb els quals està relacionat el periodista i presentar continguts que en realitat són patrocinats.

A l'hora de realitzar l'anàlisi per variables, els tres supòsits relacionats amb les pressions internes -publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior, per adequar-se a la línia editorial del mitjà i autolimitació- s'avaluen de forma conjunta, ja que es tracta de tres aspectes estretament vinculats entre ells. Posteriorment s'aborda la publicació d'informacions que puguin beneficiar altres empreses i/o mitjans de comunicació amb els quals estigui vinculat el periodista (els coneguts com a "conflictes d'interès") i finalment la publicació de continguts que en realitat són patrocinats, és a dir, la pràctica coneguda com a "branded content".

Taula 4.37 Supòsits vinculats al principi de llibertat

SUPÒSIT	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai	TOTAL
Presentar continguts que en realitat són patrocinats	8 (2,12%)	56 (14,89%)	134 (35,63%)	178 (47,34%)	376 (100%)
Autolimitar-se amb aquelles informacions que poden anar en contra de la línia editorial i/o els interessos del mitjà	30 (8%)	94 (25,06%)	140 (37,33%)	111 (29,06%)	375 (100%)
Publicar informacions que beneficiïn altres empreses i/o mitjans amb els quals es té relació	20 (6,34%)	64 (20,31%)	114 (36,19%)	117 (37,14%)	315 (100%)
Publicar, modificar o eliminar informació per exigència d'un superior	34 (9,06%)	77 (20,53%)	198 (52,8%)	66 (17,6%)	375 (100%)
Publicar, modificar o eliminar informació perquè se'ls	6 (1,61%)	19 (5,1%)	107 (28,76%)	240 (64,51%)	372 (100%)

demana des de l'esfera política					
Publicar, modificar o eliminar informació per tal d'obtenir més publicitat i/o patrocinis	19 (5,1%)	44 (11,82%)	114 (30,64%)	195 (52,41%)	372 (100%)
Publicar, modificar o eliminar informació per adequar-se a la línia editorial del mitjà	29 (7,75%)	93 (24,86%)	155 (41,44%)	97 (25,93%)	374 (100%)

a) Els joves, més limitats

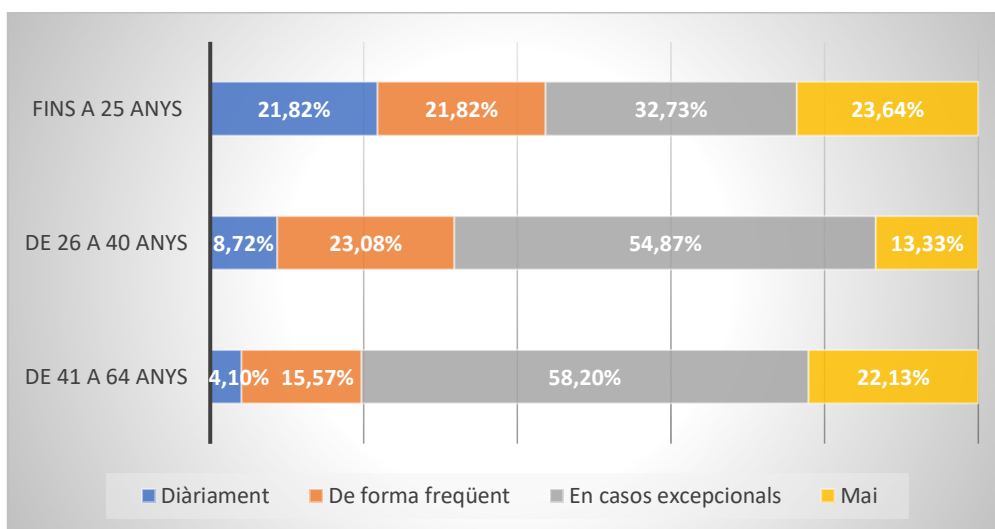
Els tres principals grups d'edat mostren pautes de comportament similars davant dels tres supòsits relacionats amb les pressions internes (vegeu gràfics 63, 64 i 65). En tots els casos, els menors de 25 anys, que són el col·lectiu més precari, presenten un major percentatge de pràctica diària: un 21,82% fa canvis per exigència d'un superior; un 9,09% accepta adequar-se a la línia editorial del mitjà (tot i que el col·lectiu de 26 a 40 anys es troba molt a prop, amb un 7,22%) i un 12,73% practica l'autolimitació. Per tant, es pot establir una correlació directa entre la precarietat i un menor nivell de llibertat, tot i que també s'ha de tenir en compte que es tracta del col·lectiu amb menys experiència professional, fet que el converteix en més sensible a les indicacions dels superiors.

Tot i això, es pot observar que en el grup que va dels 26 als 40 anys -que correspon als participants que estan intentant consolidar la seva posició dins la professió-, les pressions internes que limiten la seva llibertat continuen essent importants. De fet, aquest col·lectiu presenta els percentatges més baixos de participants que afirmen no practicar mai la

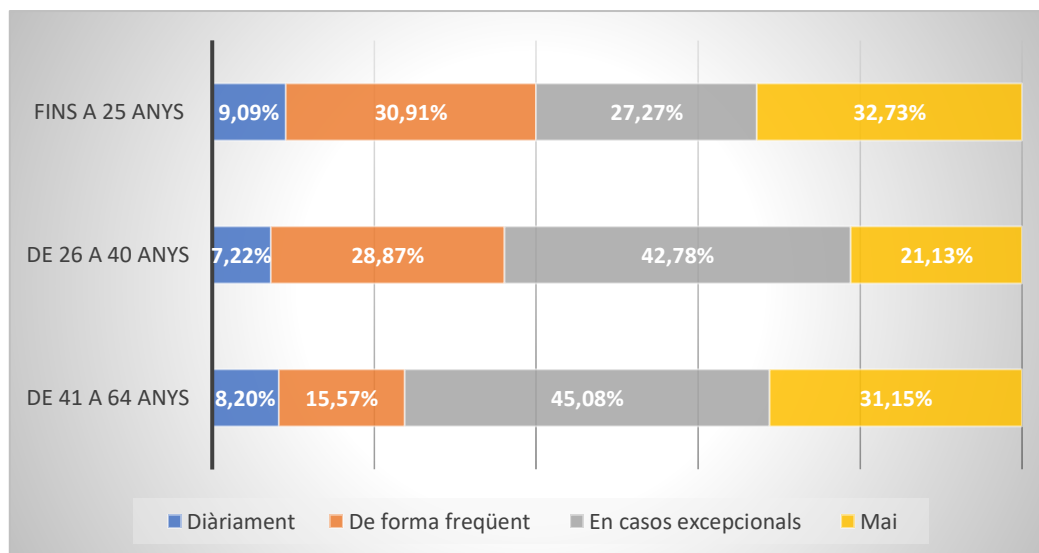
submissió a les directrius dels superiors, l'adequació a la línia editorial ni l'autolimitació. Per tant, es pot considerar que el procés d'assentament dins de la professió i la lluita per aconseguir unes millors condicions laborals també poden requerir determinades renúncies a la llibertat a l'hora de treballar.

En el cas dels professionals més veterans -de 41 a 64 anys-, s'aprecia un major grau de llibertat, ja que els percentatges de participants que afirmen no dur mai a terme aquest tipus de pràctiques són, en tots els casos, superiors a les dades registrades en la franja d'entre 26 i 40 anys. A més, també obtenen en tots els casos els registres més baixos si se sumen les dades de pràctica diària i freqüent. Per tant, es pot considerar els professionals a partir dels 41 anys, que com s'ha vist prèviament ocupen més càrrecs de responsabilitat, tenen més llibertat a l'hora de treballar que no pas els més joves i, sobretot, aquells que estan intentant consolidar la seva posició dins la professió.

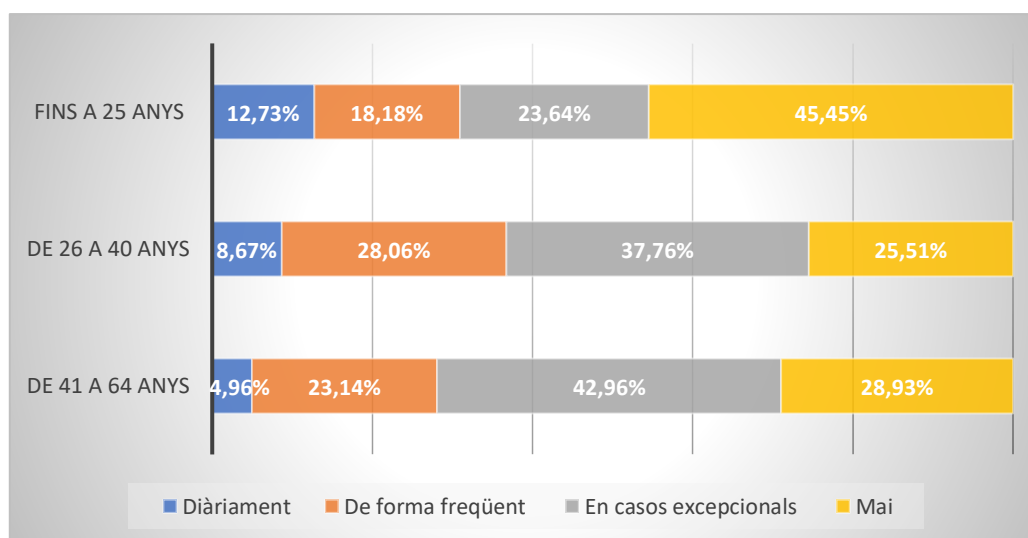
Gràfic 63. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons l'edat



Gràfic 64. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons l'edat



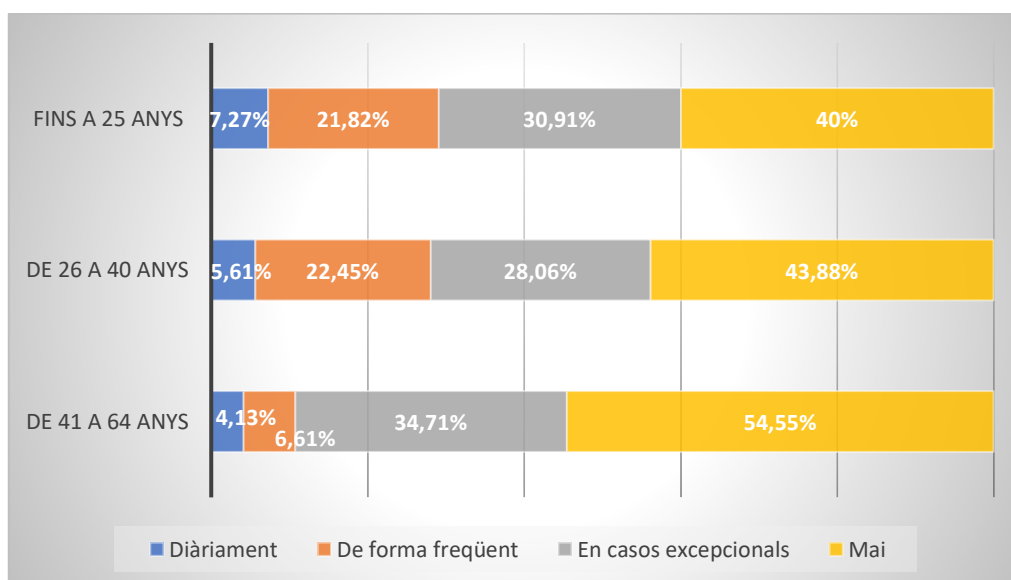
Gràfic 65. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons l'edat



S'analitza ara la freqüència amb què els participants dels diferents grups d'edat sucumbeixen davant dels conflictes d'interès -és a dir, la publicació d'informacions que puguin beneficiar altres empreses i/o mitjans amb els quals treballen- (vegeu gràfic 66). En aquest cas, s'observa que la pràctica és més habitual entre els menors de 25 anys i els

que es troben a la franja d'entre 26 i 40, situant-se a al voltant del 60% en ambdós casos. Això es pot relacionar amb el fet que entre aquests col·lectius hi ha alts percentatges de pluriocupació, ja que molts dels professionals reben salaris tan baixos que estan obligats a tenir més d'una feina. En canvi, a partir dels 41 anys, descendeixen els percentatges, ja que només un 45,45% admeten portar a aquesta pràctica en alguna ocasió.

Gràfic 66. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons l'edat

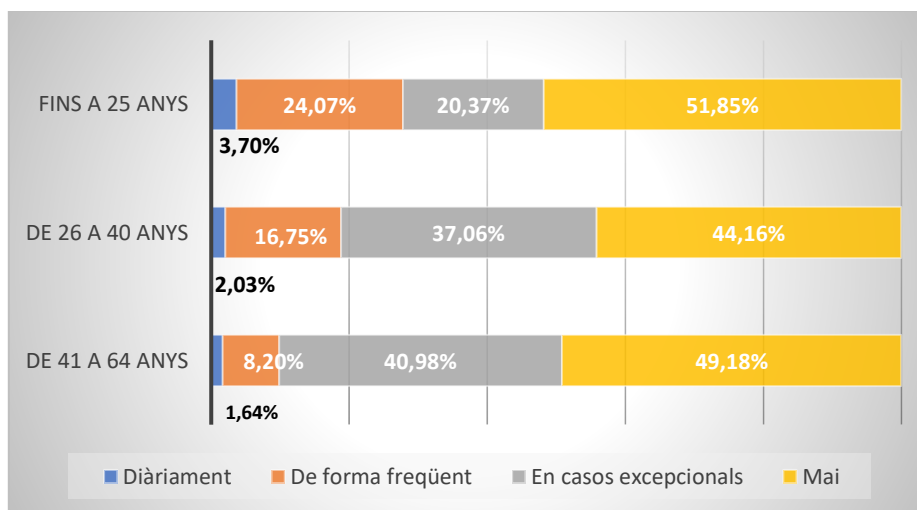


Amb relació a la publicació de continguts que en realitat estan patrocinats per alguna empresa, és una pràctica més freqüent entre el col·lectiu més jove i precari, és a dir, els menors de 25 anys, ja que un 27,7% dels participants d'aquest grup d'edat afirma fer-ho cada dia o de forma freqüent, mentre que la xifra cau fins a un 18,78% en el cas del grup d'entre 26 i 40 anys i un 9,84% entre els de 41 a 64 anys (vegeu gràfic 67).

Tot i això, si s'hi sumen els participants que ho fan en casos excepcionals, la cosa canvia. De fet, els menors de 25 anys són, precisament, els que tenen un major percentatge de membres que no ho fan mai (un 51,84%), mentre que els de 26 a 40 se situen en un 44,16% i els de 41 a 64 en un 49,18%. Per tant, malgrat que la pràctica diària i freqüent sigui més habitual entre els més joves, es pot comprovar com la publicació

d'informacions patrocinades es manté en totes les franges d'edat; és a dir, també entre els més veterans, que, com s'ha vist, solen tenir càrrecs de més responsabilitat i unes millors condicions laborals.

Gràfic 67. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons l'edat



L'anàlisi de la variable d'edat, doncs, permet concloure que, malgrat que els més joves i precaris -és a dir, els menors de 25 anys- són els que, generalment, més pateixen la manca de llibertat de forma diària i freqüent, aquesta amenaça a la llibertat també es manifesta de forma destacable en el col·lectiu dels 26 als 40 anys, és a dir, entre aquells professionals que ja tenen una certa experiència professional i que estan lluitant per aconseguir una estabilitat i unes millors condicions laborals. Aquesta limitació de la llibertat afecta en menor mesura al col·lectiu més veterà, que té entre 41 i 64 anys i que és on recau la major part de la presa de decisions.

b) Una qüestió de gènere

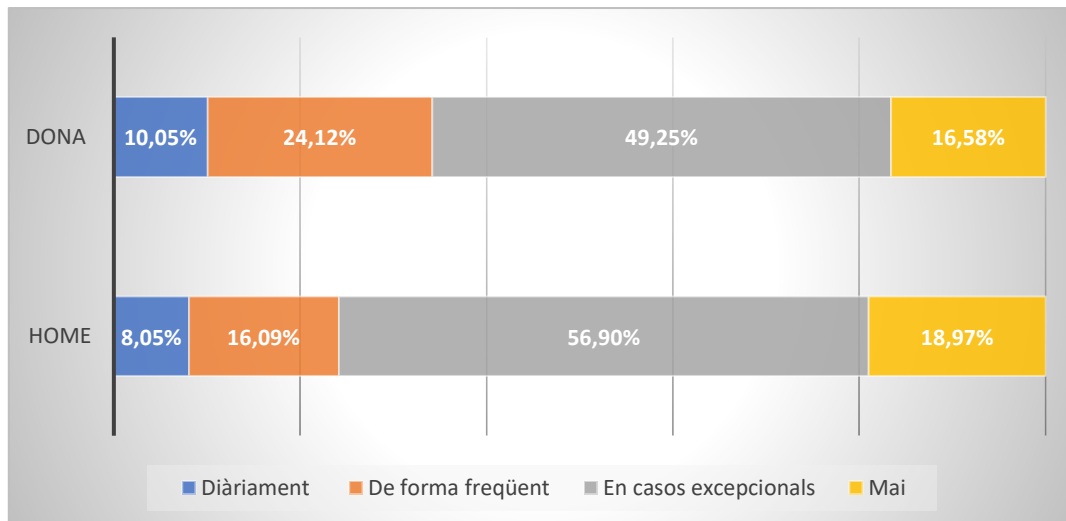
Amb relació a la variable de gènere, les dades reflecteixen que les dones, que com s'ha vist són el gènere més precari, amb una major inestabilitat i salaris més baixos, veuen més minvada la seva llibertat a l'hora de treballar, ja que els seus percentatges de pràctica diària o freqüent son més elevats en tots els supòsits (vegeu gràfics 68, 69 i 70).

En el cas de la publicació, modificació o eliminació d'informació per exigències d'un superior, les dones presenten un percentatge superior de pràctica diària o freqüent (34,17%) que no pas els homes (24,14%). Aquest fet no és sorprenent perquè, tal com s'ha vist prèviament, les dones ocupen un percentatge de càrrecs de responsabilitat lleugerament inferior al dels homes. Tot i això, si s'observa quants participants declaren no dur mai a terme aquesta pràctica, els percentatges són pràcticament similars: un 16,58% en el cas de les dones i un 18,97% en el dels homes.

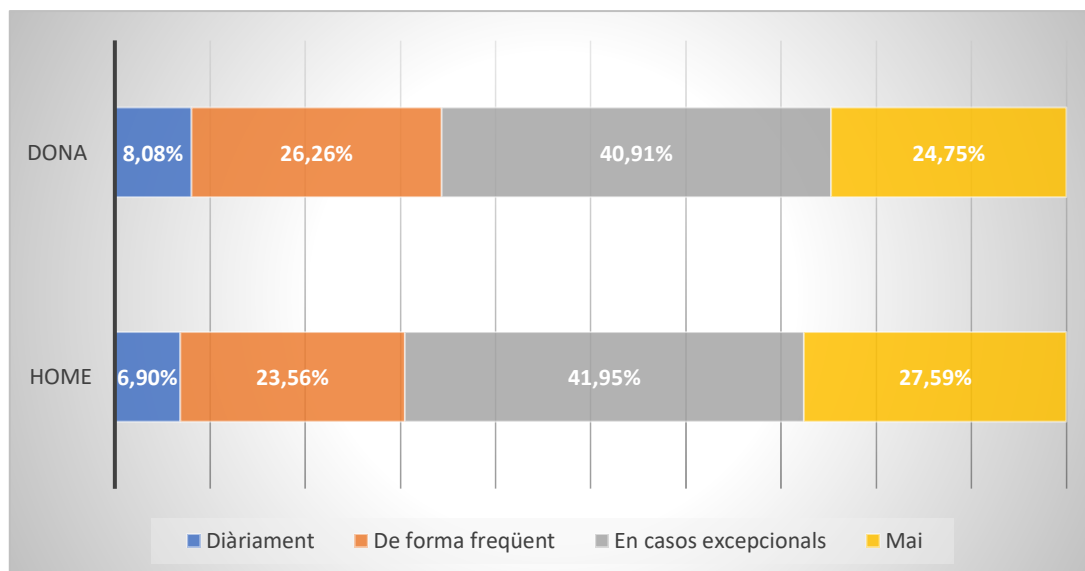
Pel que fa a la publicació, modificació o eliminació per adequar-se a la línia editorial, les diferències entre les respostes dels dos gèneres són mínimes; per tant, en aquest cas la variable de gènere no es pot considerar un factor determinant. Un 34,34% de les dones ho fa de forma diària o freqüent, dada que en el cas dels homes se situa en un 30,46%. Pel que fa a les respostes dels que asseguruen no fer-ho mai, les dades també són molt similars: un 24,75% en el cas de les dones i un 27,69% en el cas dels homes.

Amb relació a l'autolimitació per no perjudicar la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà, aquesta pràctica també és superior en el cas de les dones, ja que un 36,87% admet fer-ho de forma diària o freqüent per davant d'un 28,57% dels homes. Tot i això, una vegada més, les diferències entre els que afirmen no fer-ho mai són molt menors, amb un 31,31% en el cas de les dones i un 27,43% en el dels homes.

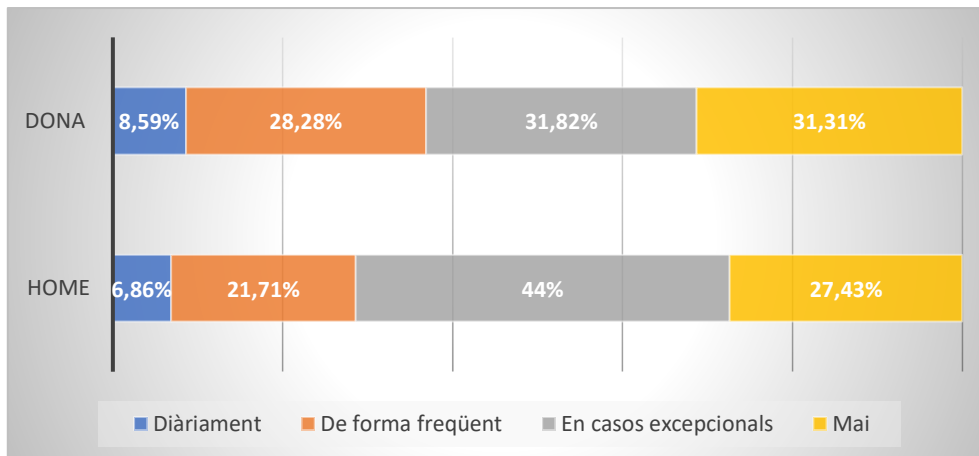
Gràfic 68. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el gènere



Gràfic 69. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el gènere

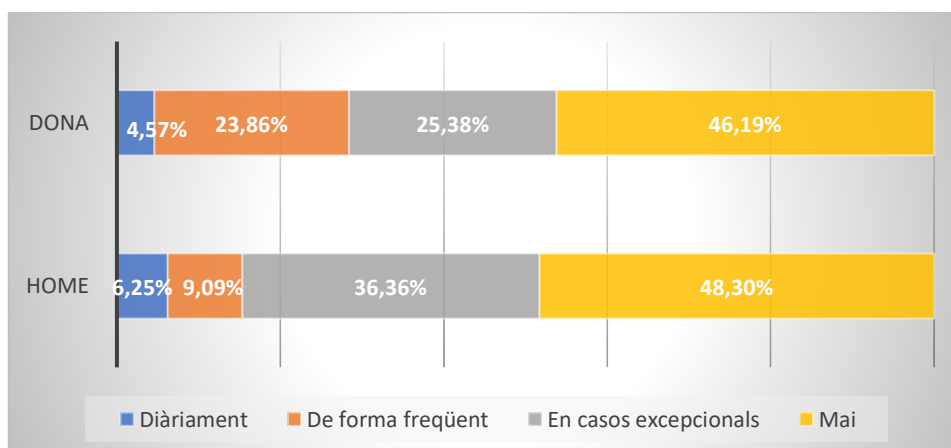


Gràfic 70. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el gènere



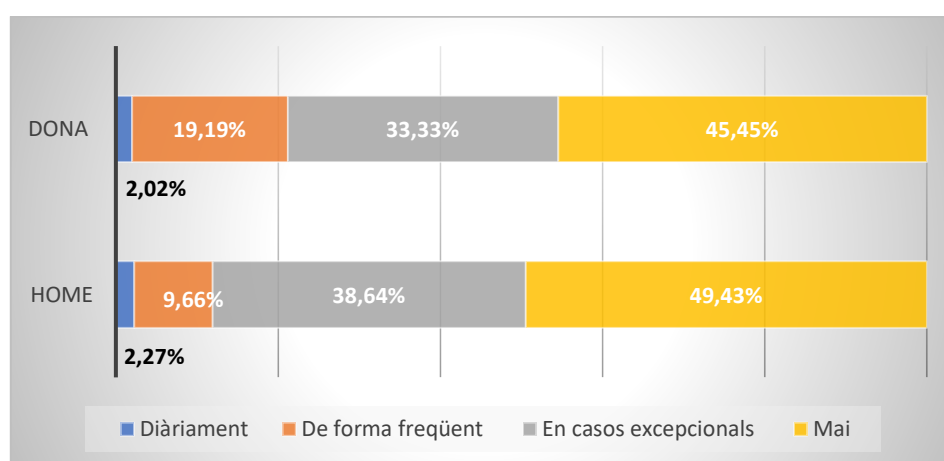
Amb relació al supòsit de la publicació d'informacions que puguin beneficiar altres mitjans i/o empreses amb les quals el periodista tingui algun tipus de relació, les dones tornen a mostrar un major percentatge de pràctica diària o freqüent, amb un 28,43%, una xifra que suposa gairebé el doble que els homes, que arriben només a un 15,34% (vegeu gràfic 71). Aquest fenomen es pot explicar perquè, tal com s'ha observat prèviament, les dones presenten majors percentatges d'instabilitat -amb més contractes a temps parcial, temporals, en pràctiques i a l'atur-, de manera que el fet d'haver de combinar diverses feines per arribar a final de mes pot generar més situacions de conflicte d'interès.

Gràfic 71. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el gènere



En últim lloc, pel que fa a la publicació de continguts que en realitat són patrocinats, es produeix el mateix patró que en els casos anteriors. Tot i que en aquest cas el percentatge de pràctica diària és irrellevant en els dos gèneres (vegeu gràfic 72), ja que amb prou feines supera el 2%, si s'hi sumen els participants que ho fan de forma freqüent, les dones es troben pràcticament deu punts percentuals (21,21%) per sobre els homes (11,93%). Tot i això, tal com s'ha observat en la resta de supòsits, el percentatge d'enquestats que afirmen no fer-ho mai és molt similar en el cas de les dones (46,19%) i els homes (48,3%).

Gràfic 72. Publicar continguts que en realitat són patrocinats segons el gènere



Pel que fa a la variable de gènere, doncs, es pot concloure que la precarietat que pateixen d'una manera més forta les dones té incidència en la seva llibertat, ja que elles són les que s'han d'adaptar més freqüentment a les ordres dels superiors, practiquen més l'autolimitació, sucumbeixen més sovint davant dels conflictes d'interès i publiquen més sovint continguts que en realitat són patrocinats. En canvi, en l'adaptació a la línia editorial del mitjà no registren diferències destacables en relació als homes. Tot i això, destaca el fet que, en tots els casos, els percentatges entre els enquestats que han contestat que no porten mai a terme aquests supòsits són molt similars entre homes i dones. Per tant, es pot afirmar que, malgrat que les dones pateixen restriccions de llibertat amb major freqüència, en el global les diferències no són tan grans.

c) El nivell d'estudis, un factor sense influència

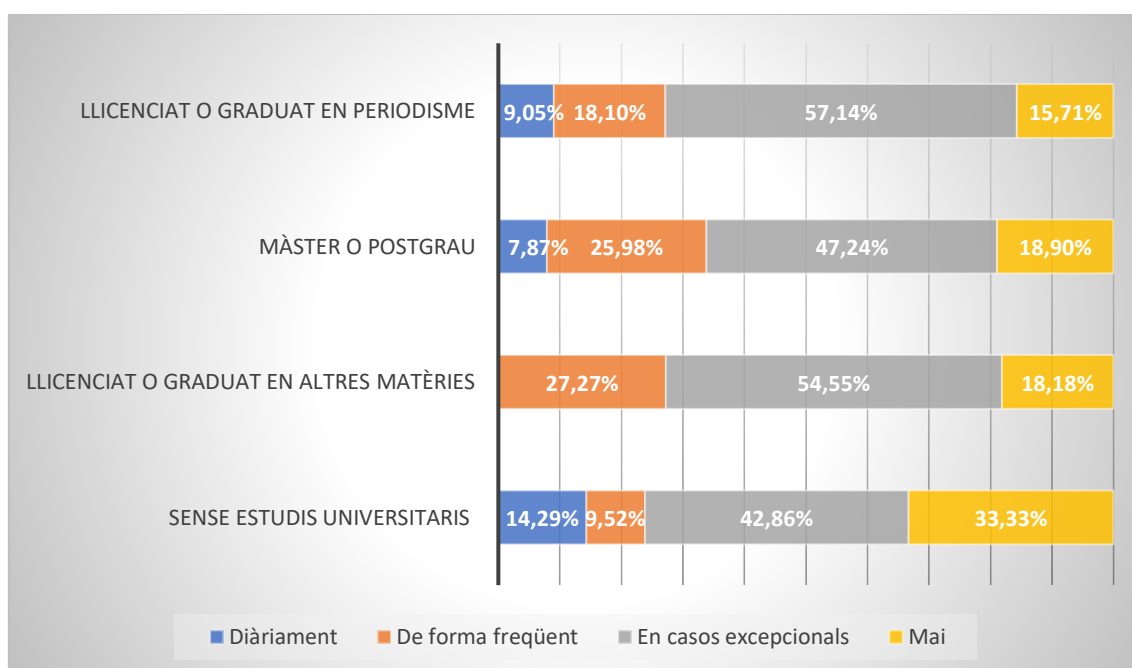
La variable del nivell d'estudis permet traçar una relació clara entre precarietat i grau de llibertat, malgrat que, en termes generals, les diferències entre els quatre grups no són molt accentuades²⁶ (vegeu gràfics 73, 74 i 75). D'aquesta manera, els enquestats que disposen del màxim nivell de formació -és a dir, que han assolit un màster o postgrau- són els que presenten un major percentatge de pràctica diària o freqüent dels tres supòsits relacionats amb les pressions internes: un 33,85% publica, modifica o elimina informació per exigència dels seus superiors cada dia o de forma habitual; un 34,37% fa el mateix amb l'adaptació a la línia editorial del mitjà i un 34,89% afirma autolimitar-se cada dia o de forma freqüent en informacions que puguin perjudicar els interessos de la companyia on treballa. Tal com s'ha observat prèviament, el col·lectiu amb major grau de formació és un dels més precaris, ja que està integrat de participants molt joves, amb poca experiència professional i amb un alt nivell d'instabilitat. Per tant, en aquest cas es pot establir una correlació directa entre la precarietat que pateixen aquests treballadors i la seva limitació davant dels supòsits vinculats al principi de llibertat.

A l'extrem contrari, destaca el fet que són precisament els participants que no disposen d'estudis universitaris els que tenen una major capacitat de mantenir la seva llibertat a l'hora de publicar informació, malgrat no haver rebut una formació específica en periodisme ni en cap altre àmbit. Tal com s'ha observat prèviament, en el grup de professionals sense estudis hi ha molts participants veterans i que ocupen càrrecs de responsabilitat, fet que pot explicar aquest major grau de llibertat. Es tracta del col·lectiu amb un major nombre d'enquestats que afirma no dur mai a terme aquestes pràctiques (un 33,33% en cadascun dels tres supòsits), i també són els que registren una menor xifra de pràctica diària o freqüent: un 23,81% en el cas de la publicació, modificació o eliminació d'informació perquè els ho exigeix un superior; un 28,58% per adaptar-se a la línia editorial del mitjà i un altre 23,81% en el cas de l'autolimitació.

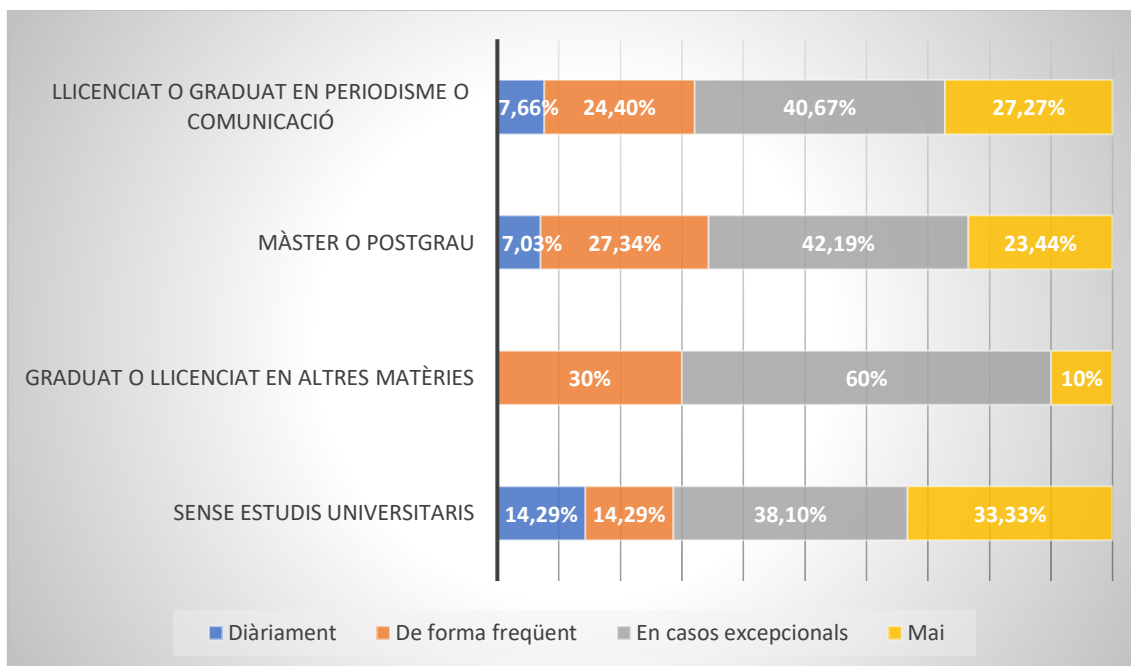
²⁶ Els participants amb grau de doctor no s'han tingut en compte per haver rebut menys de deu respostes

Pel que fa als graduats o llicenciats en Periodisme o Comunicació, que malgrat la seva especialització són un altre dels grups més precaris; i el grup dels que tenen estudis universitaris en qualsevol altra matèria, que en canvi disposen de millors condicions de treball, presenten percentatges molt similars de llibertat davant les pressions internes. Un 27,15% dels graduats o llicenciats en Periodisme o Comunicació publica, modifica o elimina informació de forma diària o freqüent perquè li ho exigeixen els seus superiors; un 32,06% ho fa per adaptar-se a la línia editorial del mitjà i un 33,01% practica l'autolimitació per evitar perjudicis a la seva empresa. En el cas dels graduats o llicenciats en altres matèries, aquests percentatges de pràctica diària o freqüent se situen en un 27,27%, un 30% i un altre 30%, respectivament, unes xifres que no són especialment elevades malgrat que, tal com s'ha pogut observar en l'apartat anterior, són els que més afirmen haver de renunciar a la seva ètica professional per mantenir un lloc de treball.

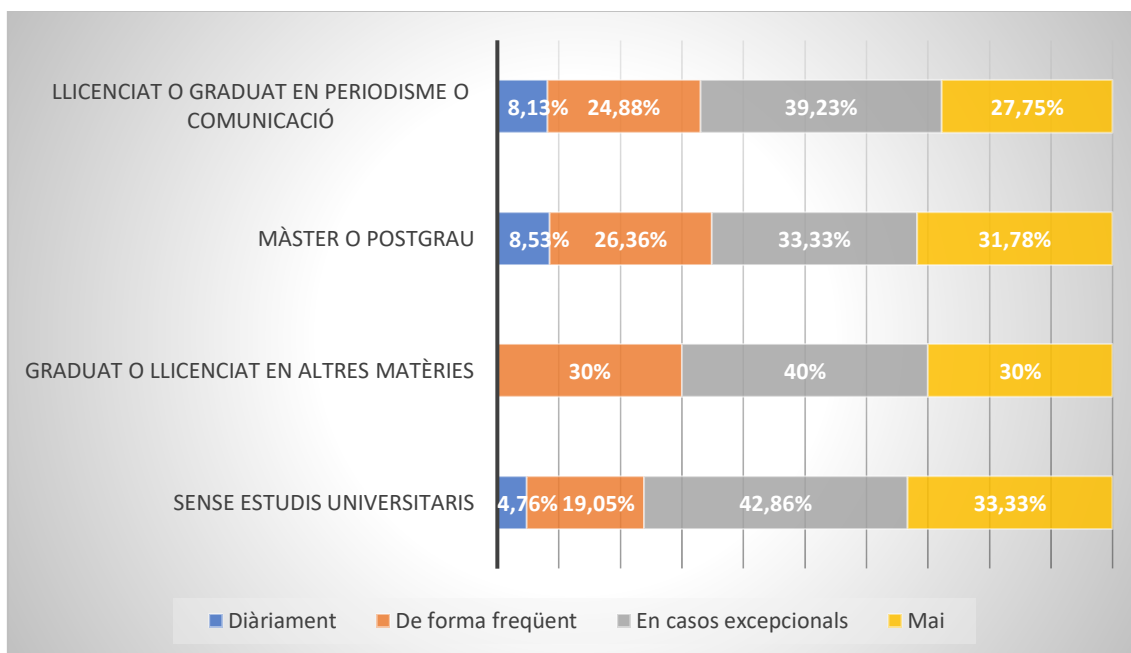
Gràfic 73. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el nivell d'estudis



Gràfic 74. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el nivell d'estudis



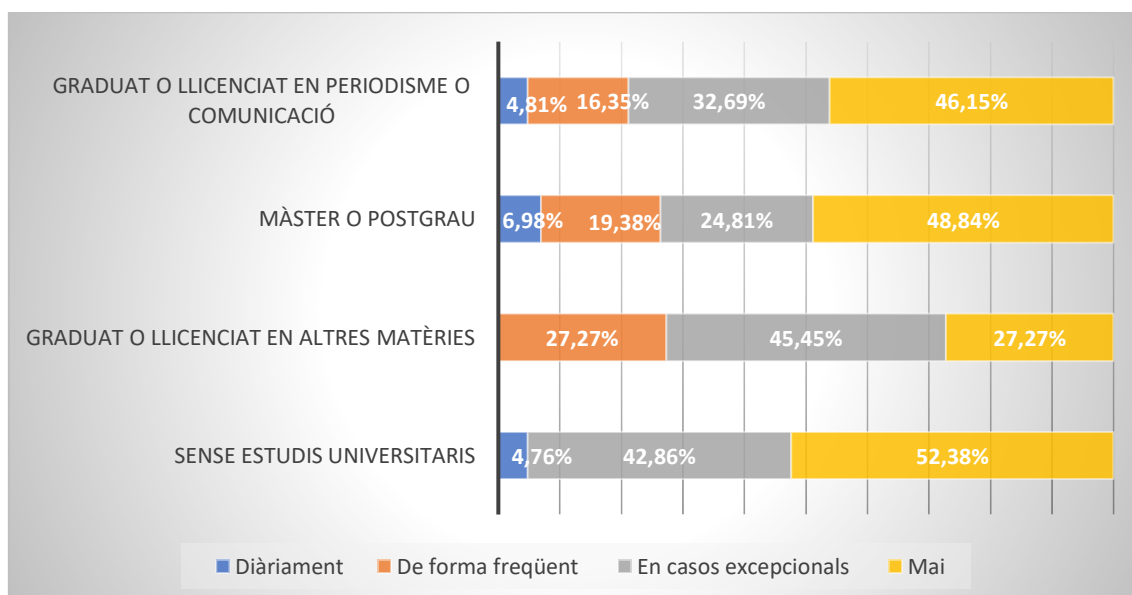
Gràfic 75. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el nivell d'estudis



En abordar el supòsit relacionat amb els conflictes d'interès, es pot comprovar com els graduats o llicenciats en matèries que no són ni Periodisme ni Comunicació són els que més sovint publiquen informacions que puguin beneficiar altres empreses i/o mitjans de comunicació amb els quals estan relacionats (vegeu gràfic 76). Un 27,27% de participants afirma fer-ho de forma diària o freqüent, registrant gairebé un empat amb els que disposen de màster o postgrau, que obtenen un 26,36%.

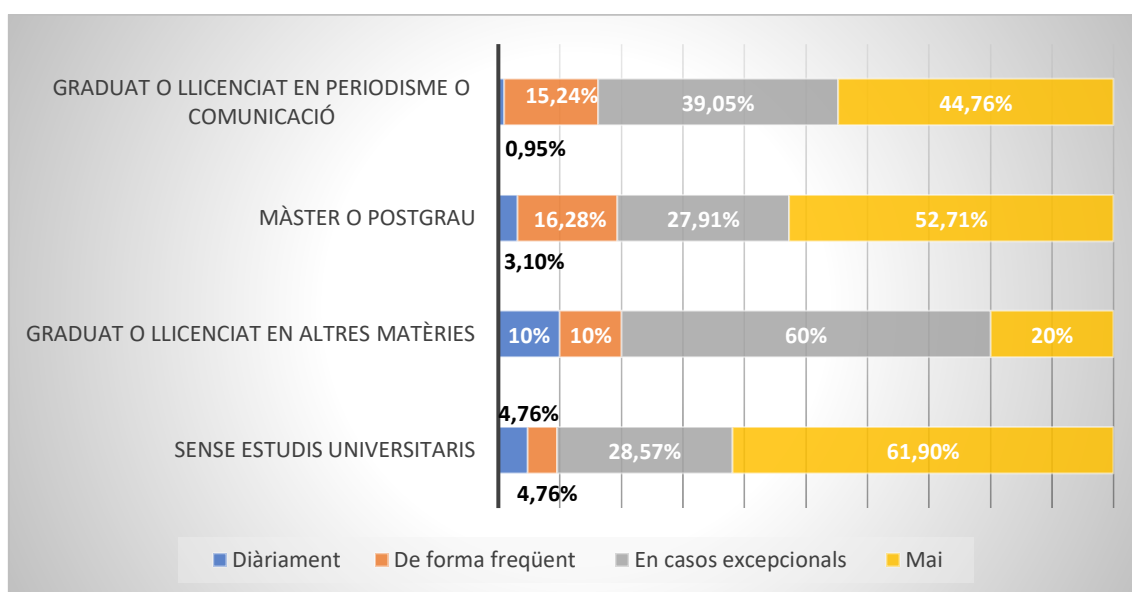
Però malgrat presentar xifres tan similars, es pot afirmar que les dinàmiques en cada cas són diferents. En el cas dels graduats o llicenciats en altres matèries, es tracta d'un col·lectiu generalment veterà, amb unes condicions econòmiques relativament bones i una situació força estable. Per tant, es tracta majoritàriament de càrrecs de responsabilitat que poden representar la seva empresa en diferents àmbits, i, si se'ls presenten conflictes d'interès, probablement no estan relacionats amb la precarietat laboral. En canvi, entre els participants que disposen de màster o postgrau, on hi ha majors graus d'inestabilitat que forcen els participants a tenir més d'una feina alhora per tal d'arribar a finals de mes, els conflictes d'interès probablement sí que es produeixen més sovint a causa de la necessitat de combinar diferents llocs de treball.

Gràfic 76. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el nivell d'estudis



Amb relació a la publicació de continguts que en realitat són patrocinats, es pot comprovar com, una vegada més, si s'observen junts els percentatges de pràctica diària i freqüent (vegeu gràfic 77) es produeix un empat tècnic entre els participants que són llicenciats o graduats en altres matèries (20%) i els que disposen de màster o postgrau (19,38%). El percentatge dels graduats en Periodisme i Comunicació es troba molt a prop (16,19%), mentre que el dels que no tenen estudis universitaris es troba molt per sota, amb només un 9,52%. Per tant, en aquest cas no es pot demostrar una incidència directa de la precarietat en la publicació de contingut patrocinat, ja que els percentatges de pràctica habitual dels dos col·lectius més precaris -els que compten amb màster o postgrau i els graduats en Periodisme o Comunicació- són molt similars als dels graduats en altres matèries, que disposen d'unes millors condicions laborals.

Gràfic 77. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons el nivell d'estudis



De la variable del nivell d'estudis se'n pot extreure, doncs, que la precarietat laboral és especialment rellevant en els supòsits relacionats amb les pressions internes, ja que els participants amb màster o postgrau -els més joves i precaris- registren majors percentatges de pràctica diària o freqüent. Per tant, no es pot deduir que una formació superior o més especialitzada signifiqui una major garantia de llibertat, sinó que s'ha de tenir en compte

que les condicions de treball hi juguen un paper rellevant. En canvi, en els altres dos supòsits -conflictes d'interès i publicació de continguts patrocinats-, els percentatges són similars entre els grups més precaris i els que no ho són tant, de manera que les condicions laborals hi juguen un paper menys determinant.

d) Limitacions durant tota la carrera professional

La variable dels anys d'experiència professional permet confirmar algunes de les línies de comportament observades amb l'edat. Igual que els més joves, els participants amb una trajectòria més curta -és a dir, els que porten menys de dos anys en el sector- són, generalment, els que més limitada veuen la seva llibertat a l'hora de treballar, mentre que els que estan intentant consolidar la seva situació laboral (per exemple, el grup que porta entre 6 i 15 anys) també presenten destacats graus de renúncia (vegeu gràfics 78, 79 i 80). Tot i això, hi ha determinats supòsits, com per exemple el de l'autolimitació, on els principals percentatges corresponen als professionals amb més experiència. Per tant, s'observa que el principi de llibertat es veu amenaçat, en major o menor grau, en tots els estadis de la carrera professional.

Deixant de banda els participants que mai han tingut feina remunerada com a periodistes, el col·lectiu que porta menys de dos anys en la professió, que com s'ha vist sol tenir unes condicions de treball més precàries, és el que registra un major percentatge de publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior de forma diària o freqüent: un 39,02%. Igual que en el cas de l'edat, però, aquest fet es pot explicar, en part, per una possible inseguretats derivada de la manca d'experiència, que els pot fer més sensibles a les instruccions dels superiors. A continuació, el segon col·lectiu amb un major percentatge de pràctica diària o freqüent (31,97%) és el dels professionals que porten entre sis i quinze anys de carrera, que són un dels grups que es troben en ple procés per consolidar la seva posició professional. Tot i això, també destaca el fet que el menor percentatge d'enquestats que afirma no dur a terme mai aquest tipus de pràctica correspon a un dels col·lectius més veterans, els que porten entre 16 i 20 anys, que no es pot considerar precari, ja que compta majoritàriament amb salaris de la franja mitjana-alta, un elevat grau d'estabilitat i nombrosos càrrecs de responsabilitat. Per tant, malgrat que

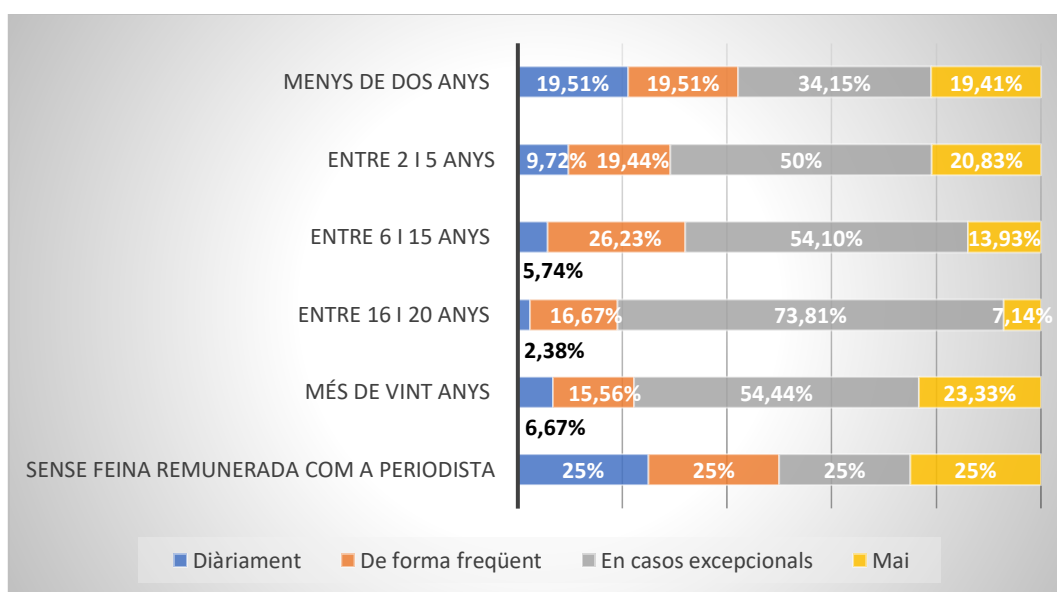
els més joves són els que més sotmesos es veuen a les ordres dels seus superiors de forma diària o freqüent, aquesta submissió continua al llarg de tota la trajectòria professional.

Amb relació a l'adequació voluntària a la línia editorial del mitjà, els percentatges conjunts de pràctica diària i freqüent permeten dibuixar una relació directa i progressiva amb els anys d'experiència professional: els participants que tenen menys de dos anys d'experiència són els més vulnerables, amb un 41,47%, i el percentatge es va reduint de forma progressiva fins a arribar a un 23,33% en el cas dels que porten més de vint anys de trajectòria. Per tant, en aquest cas sí que es pot establir que el col·lectiu amb menys experiència, que a la vegada és el que pateix unes pitjors condicions de treball, és el que més pateix la manca de llibertat. Tanmateix, destaca el fet que, de nou, els dos grups amb un menor percentatge de professionals que afirmen no haver-ho fet mai són, precisament, dos dels que tenen més experiència, millors condicions i més responsabilitat. Així doncs, només un 19,67% dels que porten entre 6 i 15 anys en la professió i un 21,95% dels que n'hi porten entre 16 i 20 afirmen no adaptar-se mai voluntàriament a la línia editorial del mitjà, mentre que aquests percentatges creixen fins a un 31,71% en el cas dels que porten menys de dos anys i un 28,77% entre els que en porten dos i cinc.

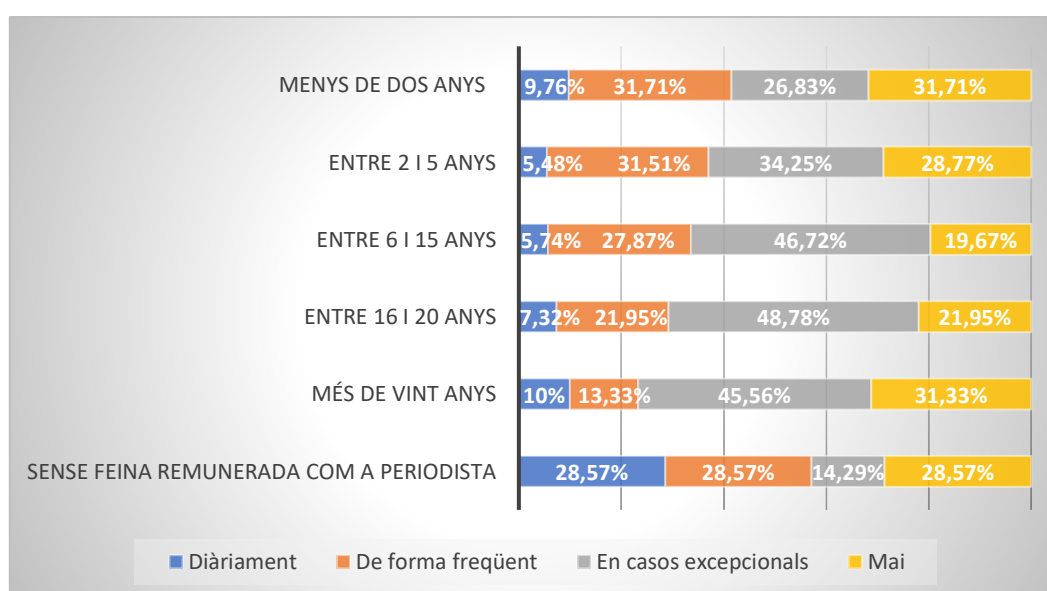
El supòsit de l'autolimitació, en canvi, permet dibuixar un patró de comportament diferent. En aquest cas, el principal percentatge de pràctica diària o freqüent correspon precisament a un dels col·lectius més veterans: els que tenen entre 16 i 20 anys d'experiència (42,5%), que registren una xifra clarament superior a la dels col·lectius més inexperts i precaris (per exemple, la xifra se situa en un 33,33% entre els participants amb menys de dos anys de trajectòria). També destaca el fet que, de nou, els percentatges més baixos de professionals que afirmen no autolimitar-se mai es troben entre els col·lectius més veterans: només un 25% dels enquestats que tenen entre 16 i 20 anys d'experiència i un 26,67% dels que porten més de vint anys diuen que mai practiquen l'autolimitació, mentre que entre els que porten menys de dos anys el percentatge creix fins a un 45,24%. De nou, aquí es pot apel·lar al component vocacional i a la falta de responsabilitats econòmiques i familiars com dos dels factors clau en la llibertat dels professionals més inexperts, que habitualment són els més joves. Per tant, en aquest cas es pot concloure

que l'autolimitació és, generalment, més habitual entre els professionals més veterans, que sovint gaudeixen de més estabilitat i millors salaris.

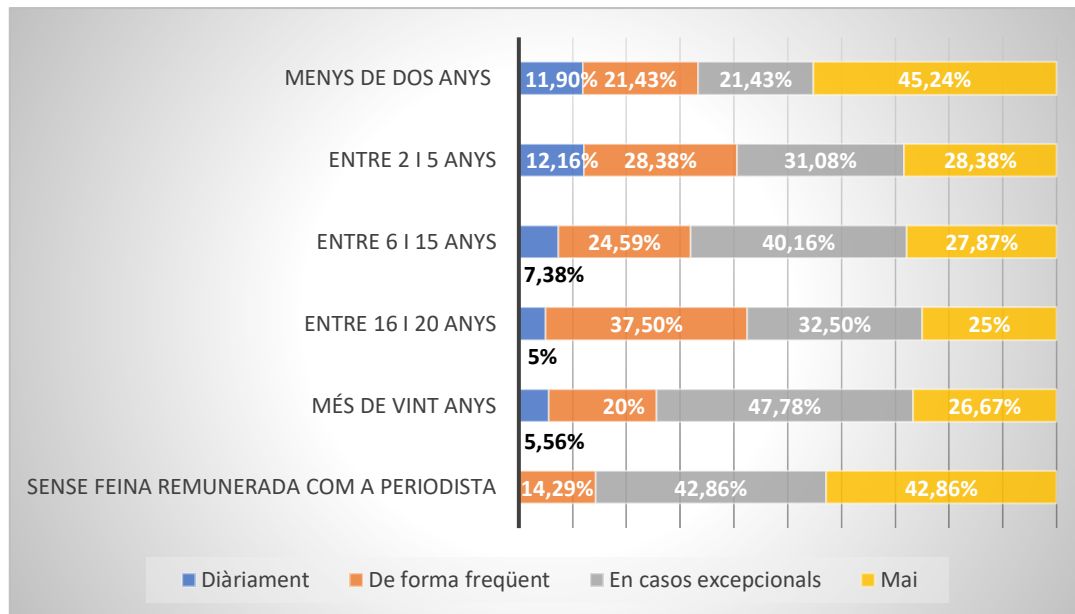
Gràfic 78. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons els anys d'experiència



Gràfic 79. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons els anys d'experiència

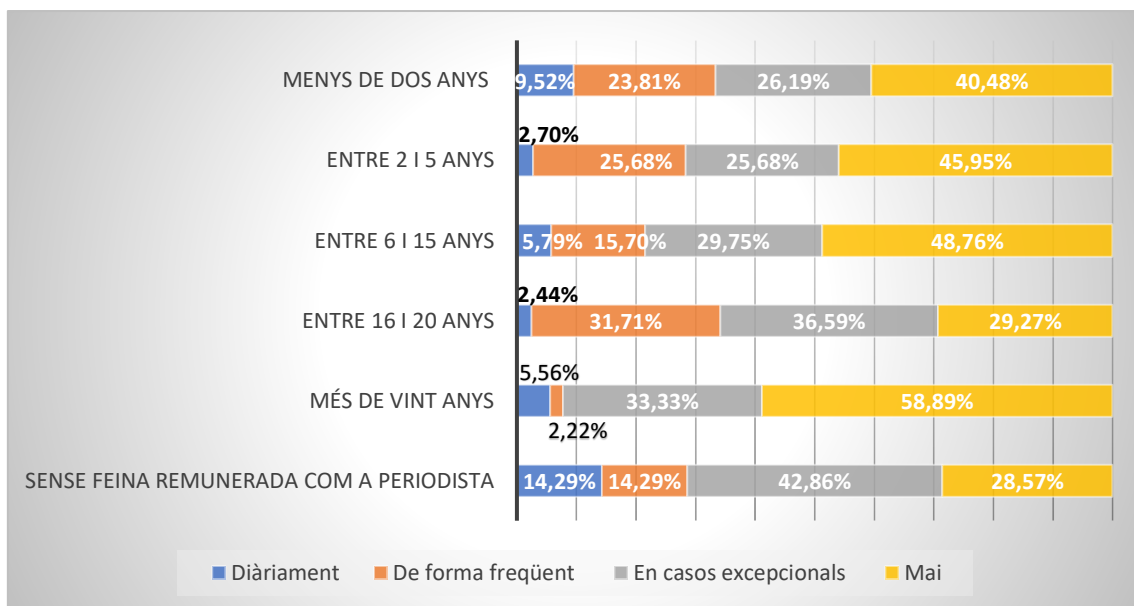


Gràfic 80. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons els anys d'experiència



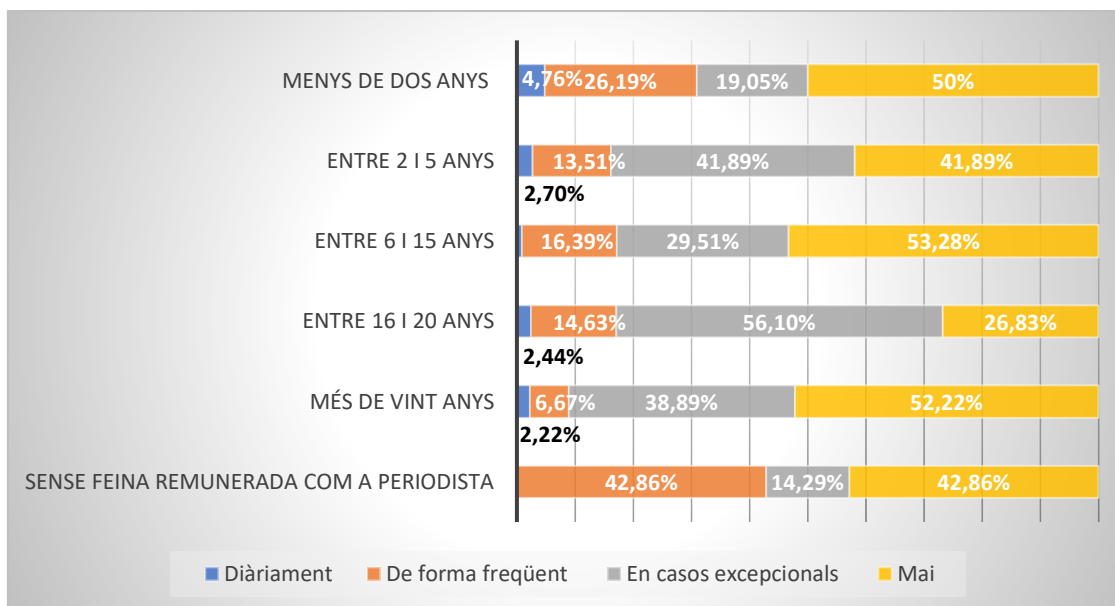
Amb relació al supòsit dels conflictes d'interès, els percentatges de pràctica diària o freqüent dels professionals amb menys de dos anys de trajectòria, i que per tant són els més afectats per la precarietat, i els que porten entre 16 i 20 anys, que es troben en una situació laboral molt més estable, són molt similars (vegeu gràfic 81): en el cas dels més inexperts, un 33,33% afirma publicar de forma diària o freqüent informacions que beneficiïn alguna altra empresa o mitjà amb el qual tinguin relació, mentre que entre el col·lectiu dels veterans la xifra se situa en un 34,15%. En el cas dels que tenen menys de dos anys d'experiència, els conflictes d'interès es poden atribuir al fet que l'elevada inestabilitat que pateixen els pot conduir sovint a la pluriocupació, fet que facilita l'aparició de conflictes d'aquesta naturalesa. Entre els que porten entre 16 i 20 anys, tanmateix, la pluriocupació és menys habitual, ja que generalment gaudeixen de més estabilitat i millors contractes, a banda d'ocupar càrrecs de major responsabilitat dins les seves empreses. Per això, entre aquest col·lectiu els conflictes d'interès probablement no estan directament relacionats amb la precarietat, sinó més aviat amb qüestions empresarials derivades dels càrrecs que ocupen dins la companyia.

Gràfic 81. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons els anys d'experiència



Finalment, amb relació a la publicació de continguts que en realitat són patrocinats, el primer que s'observa és que en tots els grups d'experiència els percentatges de pràctica diària són inferiors al 5%, i per tant molt baixos (vegeu gràfic 82). Si se sumen les dades de pràctica diària i la freqüent, tanmateix, es contempla de nou que el percentatge més elevat correspon als participants amb menys de dos anys d'experiència (30,95%), mentre que en els tres grups següents (2-5 anys, 6-15 anys i 16-20 anys) els percentatges són tots molt similars, situant-se al voltant d'un 17%. En canvi, la xifra decau fins al 8,89% entre els més veterans, és a dir, els que porten més de vint anys. Per tant, sí que es pot establir una correlació directa entre precarietat i publicació de continguts que en realitat estan patrocinats, però tot i això es torna a veure com el menor percentatge de participants que afirma no fer-ho mai se situa entre un dels grups més veterans, concretament els d'entre 16 i 20 anys: només un 26,83% dels enquestats amb aquesta trajectòria afirma no publicar mai aquest tipus d'informacions patrocinades. Una vegada més, doncs, es pot comprovar com la veterania, associada a una millor situació laboral i més responsabilitat, no permet escapar del tot d'una de les dinàmiques que amenaça al principi de llibertat.

Gràfic 82. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons els anys d'experiència



L'observació de la variable dels anys d'experiència professional permet confirmar que, igual que succeïa amb l'edat, els participants amb menys experiència -que generalment pateixen unes situacions laborals més inestables i pitjors salaris- són els que es troben en una situació més vulnerable a l'hora de defensar el principi de llibertat, ja que són els que més sovint publiquen, modifiquen o eliminen informació per ordres dels seus superiors o per adaptar-se a la línia editorial i publiquen continguts que en realitat són patrocinats. Tot i això, destaca el fet que, en el cas de l'autolimitació i els conflictes d'interès, els principals percentatges de pràctica diària o freqüent corresponen a un dels col·lectius més veterans: els que porten entre 16 i 20 anys d'experiència. A més, en molts casos, els percentatges de participants que afirmen no dur mai a terme aquest tipus de pràctiques són més baixos en el cas dels col·lectius amb més experiència, que són els que gaudeixen de més estabilitat, millors salaris i més càrrecs de responsabilitat. Per tant, es pot concloure que el principi de llibertat no només es veu amenaçat en el cas dels professionals més inexperts, sinó que els participants més veterans també veuen com la seva llibertat a l'hora d'informar també pateix limitacions.

e) Menys llibertat en el sector digital

El tipus de mitjà pel qual es treballa té una influència relativa en el principi de llibertat. Deixant de banda els professionals que treballen en gabinets de comunicació, que responen a una dinàmica i a uns principis ètics diferents, els empleats de mitjans digitals, que com s'ha comprovat prèviament són els més precaris, són els que més sovint veuen limitada la seva llibertat a l'hora de treballar, malgrat que les diferències amb les altres tipologies de mitjans no són massa pronunciades (vegeu gràfics 83, 84 i 85).

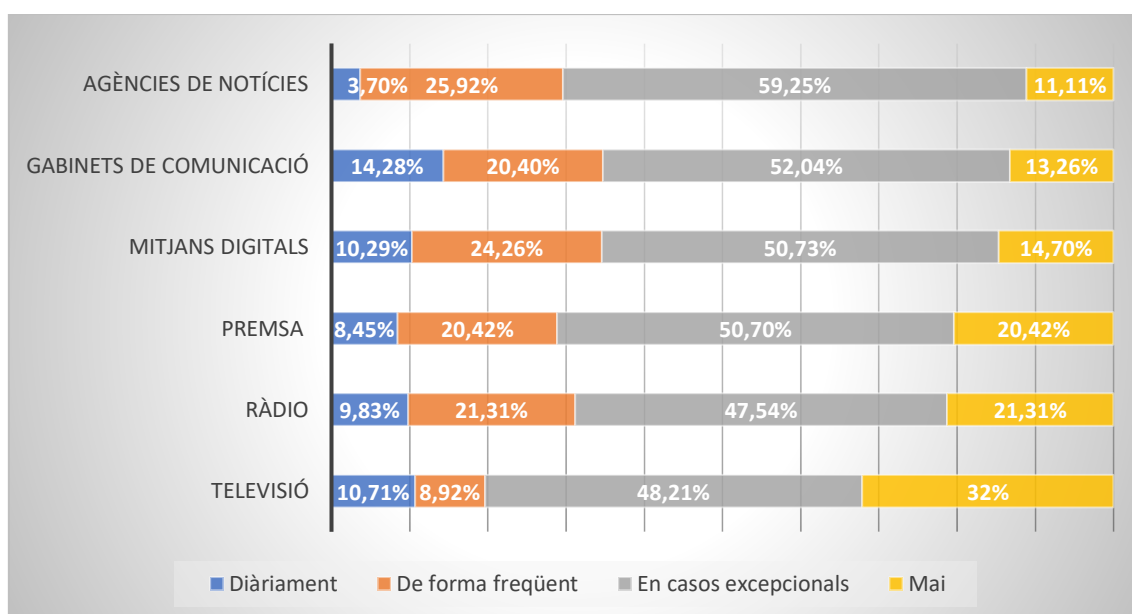
Entre els participants que treballen en mitjans de comunicació, els que més publiquen, modifiquen o eliminen informacions per exigència dels seus superiors són els professionals de mitjans digitals, ja que un 34,55% ho fan de forma diària o freqüent. Cal tenir en compte que molts d'ells són joves amb poca experiència, fet que pot explicar aquesta situació. Però malgrat que el percentatge dels treballadors digitals és lleugerament més alt que la resta, en general les diferències entre mitjans no són gaire pronunciades: en el cas de la ràdio, el percentatge de pràctica diària o freqüent és del 31,14%; en agències de notícies, un 28,92%; i en premsa, un 28,87%. La xifra més baixa, un 19,63%, correspon a la televisió, un dels mitjans que ofereix unes millors condicions laborals, especialment en l'àmbit econòmic.

Amb relació a l'adequació voluntària a la línia editorial del mitjà, en aquest cas el principal percentatge de pràctica diària o freqüent correspon als treballadors de ràdio, amb un 37,69%, del qual es fa difícil avaluar-ne el grau de precarietat perquè existeixen importants diferències laborals entre les emissores públiques i privades. Tanmateix, a molt poca distància se situen els treballadors de mitjans digitals (35,06%), que són els més precaris, i a continuació hi ha els de premsa (31,68%), que són els que més han vist empitjorar la seva situació. Tot seguit es troben els treballadors televisius, amb un 30,34%, i en última posició se situen els d'agències de notícies, amb un 25,92%. Per tant, els treballadors d'agències de notícies són els que menys es veuen condicionats per la línia editorial de les seves empreses, dada que es pot explicar pel fet que les agències, per la seva naturalesa com a proveïdores d'informació per a diferents tipus de mitjans, solen

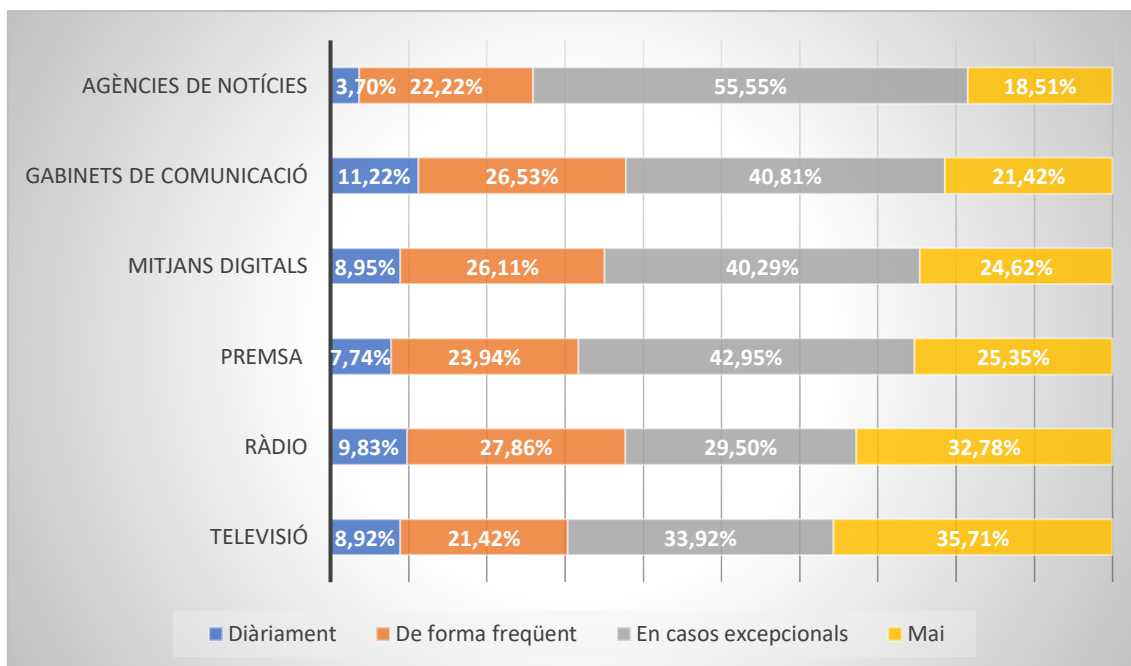
treballar més els gèneres estrictament informatius i menys els interpretatius i d'opinió, de manera que la seva línia editorial acaba essent menys visible.

En el cas de l'autolimitació, una vegada més són els treballadors més precaris -els de mitjans digitals- els que més porten a terme la pràctica diària o freqüent (34,77%), seguits de ben a prop pels de premsa (33,33%), que com s'ha vist presenten un baix nivell de satisfacció laboral i es mostren especialment preocupats per l'evolució negativa de les seves condicions de treball. En canvi, els percentatges són sensiblement més baixos en el cas de la ràdio (28,36%), la televisió (23,63%) i agències de notícies (15,85%). En aquest cas, per tant, sí que es torna a establir una correlació entre els mitjans que pateixen una major precarietat i/o la insatisfacció laboral i una pràctica més habitual de l'autolimitació.

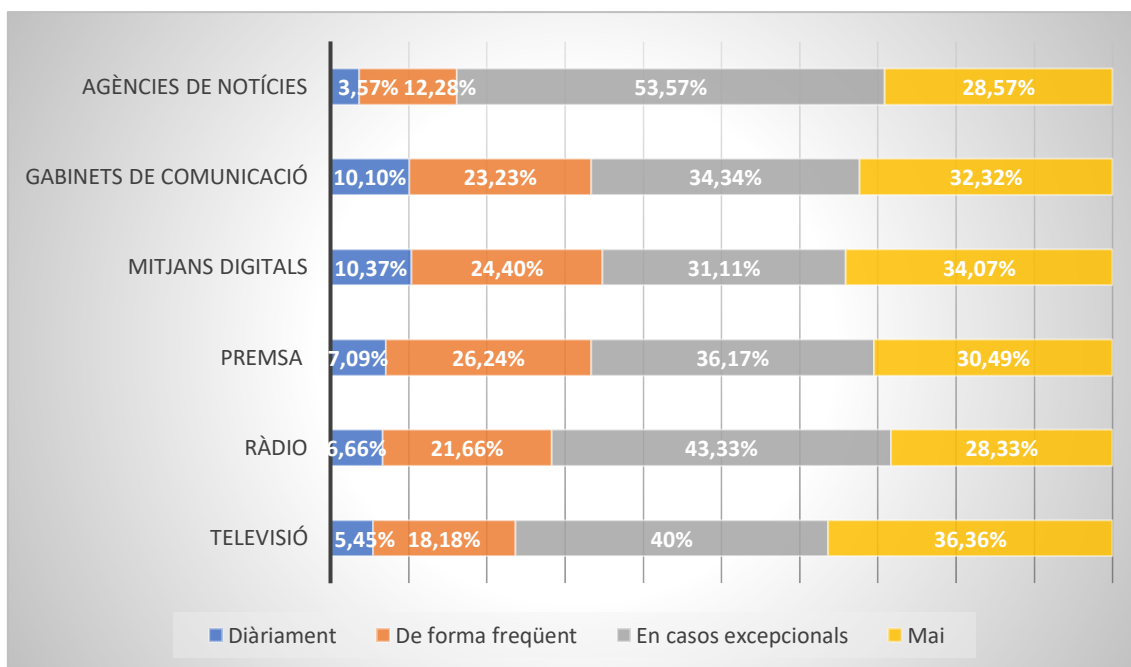
Gràfic 83. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el tipus de mitjà



Gràfic 84. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el tipus de mitjà

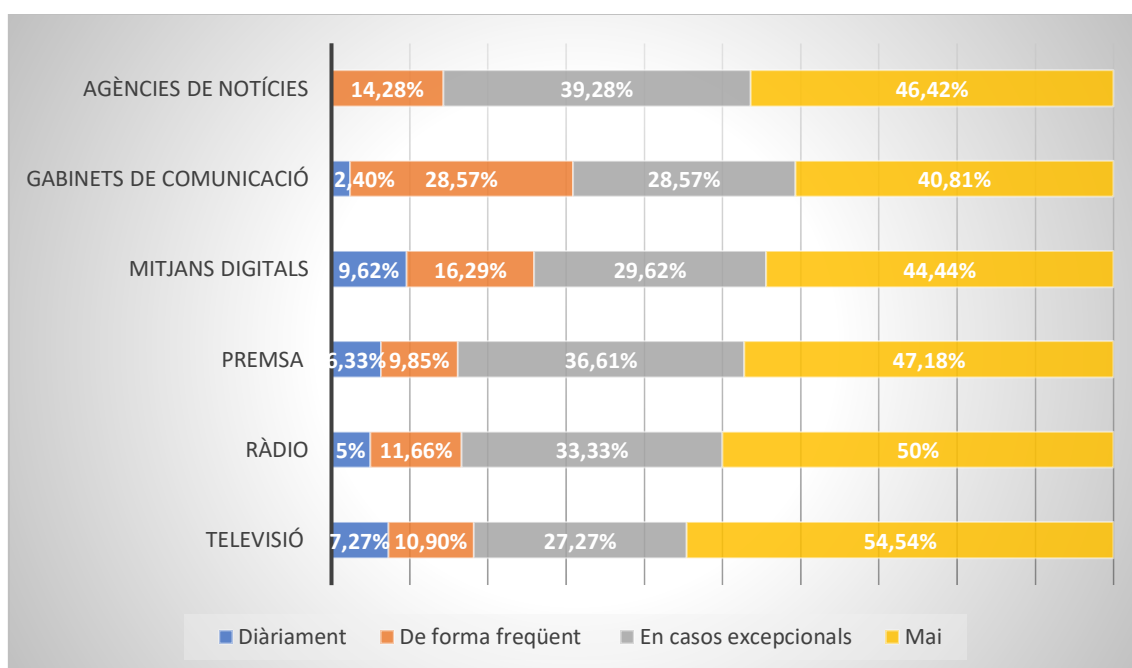


Gràfic 85. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el tipus de mitjà



Pel que fa a la publicació d'informacions que beneficiïn altres empreses o mitjans amb els quals es té algun tipus de relació (vegeu gràfic 86), de nou, el principal percentatge de pràctica diària o freqüent correspon als treballadors més precaris -els de mitjans digitals-, amb un 25,91%. Tenint en compte que es tracta generalment de professionals joves, amb salaris baixos i una elevada inestabilitat, és possible que molts d'ells hagin de recórrer a la pluriocupació per tal de tenir un salari que els permeti cobrir totes les despeses, fet que pot propiciar situacions de conflictes d'interès. En la resta de casos, els percentatges són més baixos i molt similars entre ells: un 18,17% de pràctica diària o freqüent en el cas dels treballadors televisius; un 16,66% en el dels radiofònics; un 16,18% en la premsa impresa i un 14,28% en les agències de notícies. Per tant, en aquest cas es pot establir que el col·lectiu que pateix una major precarietat (els treballadors digitals) és el que més sucumbeix davant dels conflictes d'interès.

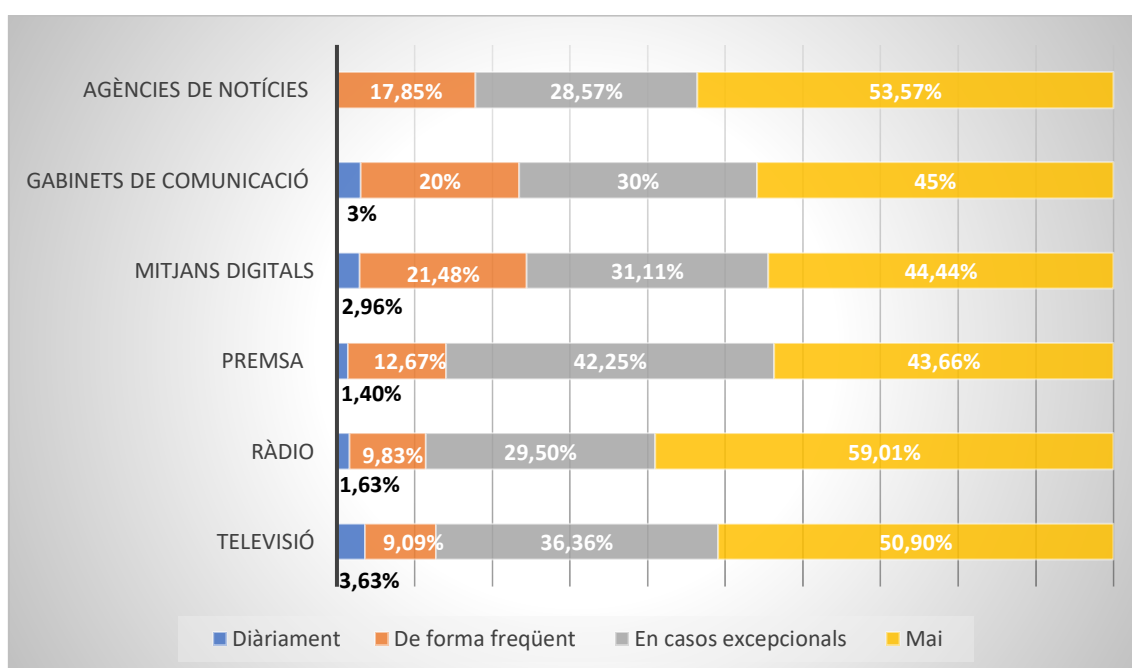
Gràfic 86. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el tipus de mitjà



En el supòsit de la publicació de contingut que en realitat és patrocinat (vegeu gràfic 87), destaca en primer lloc el baix percentatge de pràctica diària que diuen dur a terme tots els professionals, ja que en cap cas el percentatge supera el 4%. Si s'hi sumen les xifres de

pràctica freqüent, tanmateix, es pot comprovar com, de nou, els treballadors precaris dels mitjans digitals són els que més sovint publiquen aquest tipus de contingut (24,44%). I, igual que succeeix amb els conflictes d'interès, els percentatges de la resta de mitjans són més baixos i molt igualats entre ells: un 17,85% en el cas de les agències de notícies, un 14,07% a la premsa impresa, un 12,72% a la televisió i un 11,46% a la ràdio.

Gràfic 87. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons el tipus de mitjà



L'anàlisi del tipus de mitjà permet concloure, doncs, que el col·lectiu més precari, que en aquest cas correspon als treballadors de mitjans digitals, és el que té més dificultats per defensar la seva llibertat a l'hora de treballar, ja que presenta els principals percentatges de pràctica diària o freqüent en quatre dels cinc supòsits: la publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior; l'autolimitació amb informacions que puguin perjudicar els interessos del seu mitjà; la publicació d'informacions que beneficiïn altres empreses o mitjans amb els quals es tingui relació i la publicació de contingut que en realitat són patrocinats. L'única excepció és l'adequació a la línia editorial del mitjà, on la ràdio presenta el percentatge més alt, tot i que és difícil avaluar-ne la precarietat a causa de les diferències laborals entre el sector públic i el privat.

f) La rellevància del context polític

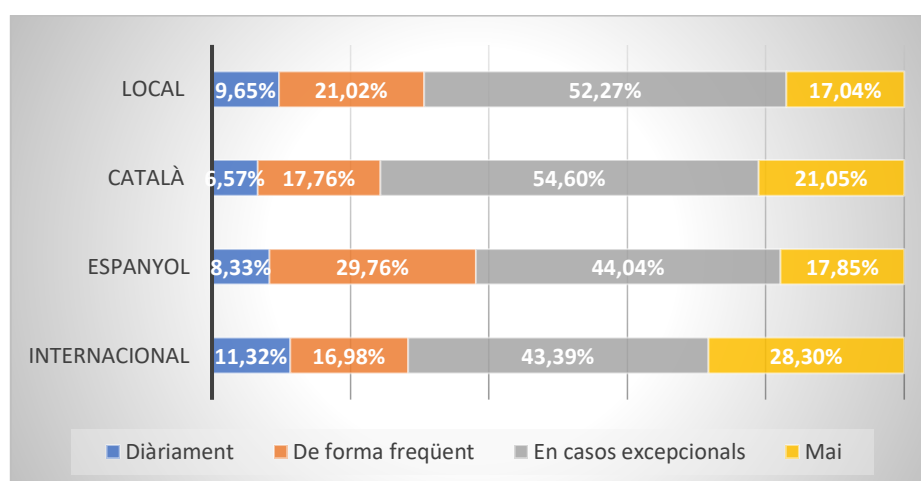
La perspectiva de l'àmbit territorial permet observar com els enquestats que treballen per a mitjans d'abast espanyol són els que més limitats veuen la seva llibertat en l'exercici professional (vegeu gràfics 88, 89 i 90). En aquest cas, tal com expliquen els participants en les entrevistes en profunditat, el context polític hi juga un paper molt rellevant, ja que els treballadors de mitjans espanyols consideren que durant el procés independentista van veure molt limitada la seva llibertat a l'hora d'informar, sobretot si el seu punt de vista diferia de la línia editorial de l'empresa. Els periodistes que treballen en mitjans d'abast espanyol, doncs, són els que més admeten que es veuen obligats a publicar, modificar o eliminar informació per exigències d'un superior, per adequar-se a la línia editorial o a autolimitar-se per no perjudicar els interessos del mitjà. En tots els casos presenten el percentatge més alt de pràctica diària o freqüent, que se situa en un 38,09% amb relació a l'adequació a les instruccions dels superiors i a la línia editorial i creix fins a un 42,35% en l'àmbit de l'autolimitació; una xifra clarament superior a la resta d'àmbits territorials.

Els enquestats que treballen per a mitjans d'àmbit local, comarcal o provincial, que són els que cobren uns salaris més baixos i mostren el menor grau de satisfacció amb la seva situació laboral, són el segon grup de professionals que més condicionada veu la seva llibertat a l'hora d'informar: un 30,67% publica, modifica o elimina informació de forma diària o freqüent per ajustar-se a les exigències dels seus superiors, mentre que un 27,52% fa el mateix amb l'autolimitació. En el cas de l'adequació a la línia editorial, el percentatge de pràctica diària o freqüent també se situa en un 30,67%, però en aquest cas es tracta d'una xifra gairebé idèntica als professionals que treballen en mitjans d'àmbit català (30,91%). En aquest cas, doncs, sí que es pot establir de nou una relació entre la precarietat i la limitació de la llibertat.

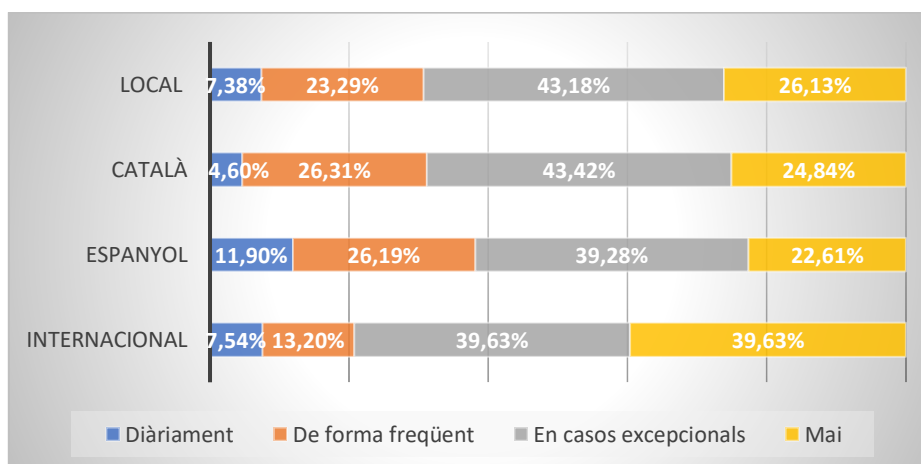
En canvi, els treballadors de mitjans d'àmbit català i internacional són els que veuen menys limitada la seva llibertat a l'hora d'elaborar continguts. Els treballadors de mitjans d'abast català són els que menys obligats es veuen a adequar-se a les directrius dels superiors (només un 24,33% ho fa de forma diària o freqüent), mentre que el menor percentatge d'adequació a la línia editorial correspon als treballadors de mitjans

internacionals (20,74%). En aquest cas, es pot atribuir al fet que, tal com indica un participant en les entrevistes en profunditat, els mitjans internacionals observen amb més distància el conflicte secessionista de Catalunya i tenen una línia editorial menys marcada. Finalment, els treballadors internacionals són els que presenten un percentatge més baix d'autolimitació (28,3%), tot i que la xifra és molt similar als d'abast català (29,8%).

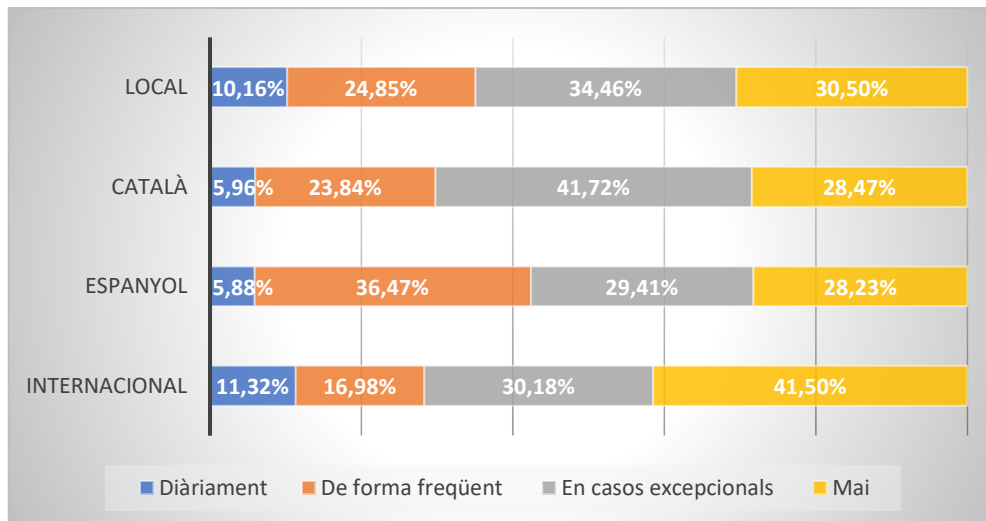
Gràfic 88. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons l'àmbit territorial



Gràfic 89. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons l'àmbit territorial

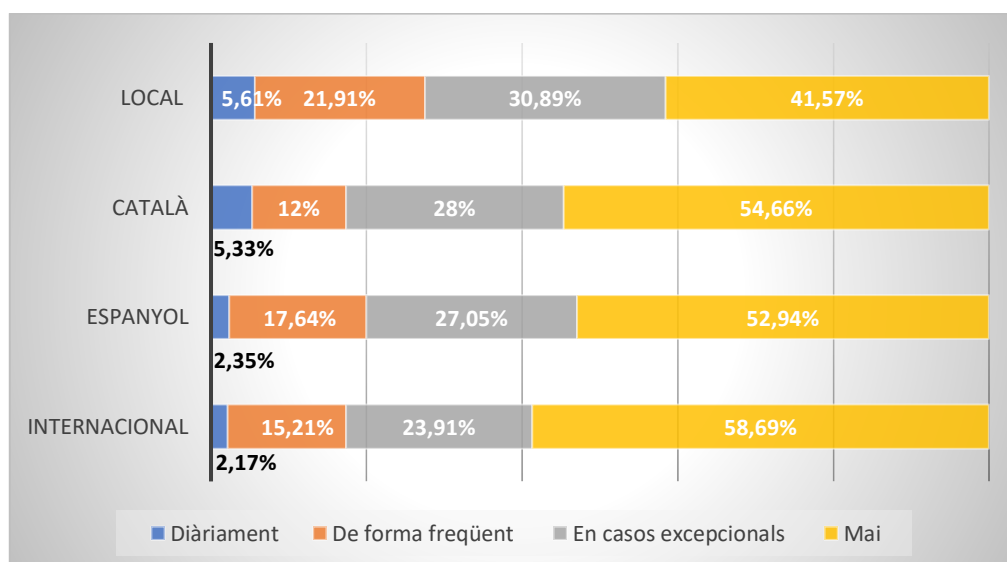


Gràfic 90. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons l'àmbit territorial



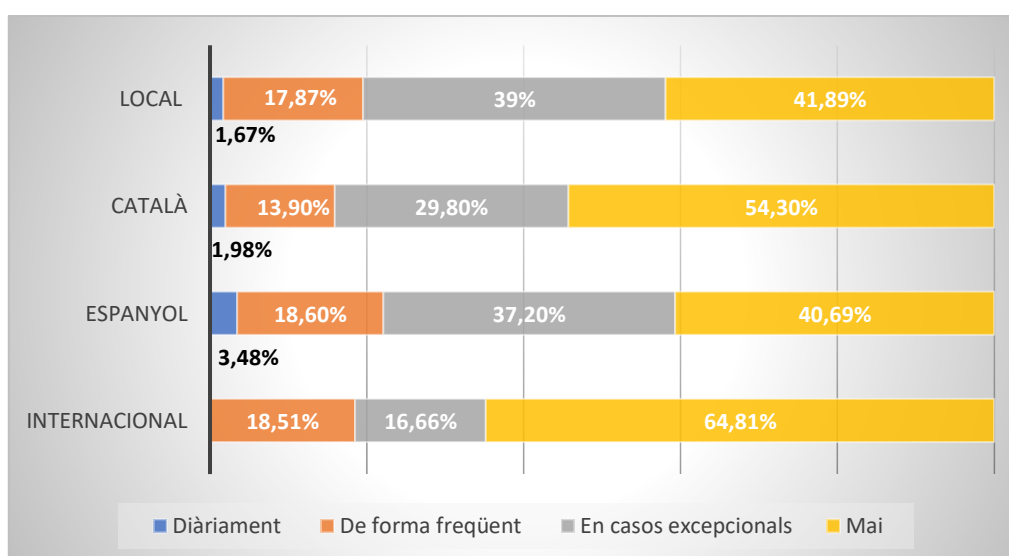
Pel que fa als conflictes d'interès (vegeu gràfic 91), és l'únic supòsit relacionat on el col·lectiu més precari -els treballadors d'àmbit local- presenta clarament un major percentatge de pràctica diària o freqüent (27,52%). Aquest fet es pot atribuir, com s'ha vist en anteriors variables, al fet que la precarietat pot obligar aquest col·lectiu a combinar més d'una feina, circumstància que pot generar més situacions d'aquest tipus.

Gràfic 91. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons l'àmbit territorial



Finalment, pel que fa a la publicació de continguts que en realitat són patrocinats (vegeu gràfic 92), torna a ser més habitual en els mitjans d'abast espanyol, ja que un 22,08% ho realitza de forma diària o freqüent, tot i que en aquest cas no es pot establir una vinculació amb el context polític. En segon lloc, molt a prop, hi ha el col·lectiu més precari, els treballadors dels mitjans de proximitat, que registren un 19,54%. Tot i això, la diferència de percentatges entre els diferents àmbits territorials no és massa pronunciada i cal tenir en compte que la pràctica diària és molt baixa, ja que en cap cas supera el 4%.

Gràfic 92. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons l'àmbit territorial



En conclusió, en la variable de l'àmbit territorial es pot observar com, en quatre dels cinc supòsits analitzats, els treballadors de mitjans d'abast espanyol són els que presenten més dificultats per mantenir els criteris propis en l'elaboració d'informació. Tenint en compte que no es tracta del col·lectiu més precari -presenten un grau elevat d'inestabilitat, però en canvi els seus salaris són relativament elevats-, es pot concloure que, tal com es menciona en les entrevistes en profunditat de l'apartat 6.1., el context polític hi ha tingut un elevat grau d'influència. Tot i això, els efectes de la precarietat també s'aprecien en el fet que el col·lectiu amb un menor nivell d'ingressos i més insatisfet amb la seva situació, que són els treballadors de mitjans locals, comarcals o provincials, ocupa la segona posició. En canvi, els treballadors de mitjans d'abast català i internacional, que

generalment són els que gaudeixen de millors condicions, són els que tenen més capacitat per defensar la seva llibertat a l'hora d'elaborar les informacions.

g) Major limitació en els mitjans privats

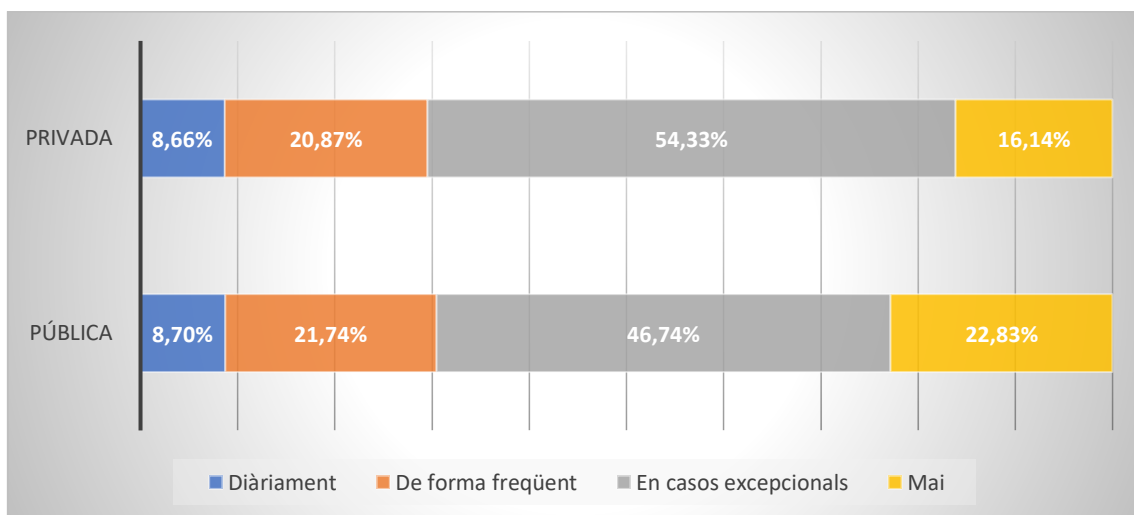
La variable de la titularitat de l'empresa també té incidència en la llibertat dels professionals a l'hora d'elaborar continguts, ja que s'observa una major dificultat per defensar els punts de vista propis en el cas dels treballadors de mitjans privats, que són els més precaris, que en els públics. En els tres supòsits relacionats amb les pressions internes, els treballadors d'empreses privades presenten un major percentatge de pràctica diària o freqüent, tot i que amb poca diferència respecte als empleats públics (vegeu gràfics 93, 94 i 95). En canvi, la publicació d'informació que pugui afavorir altres empreses i/o mitjans de comunicació amb els quals es té relació i la publicació de continguts que en realitat són patrocinats són molt més habituals en els mitjans privats.

En els tres supòsits relacionats amb les pressions internes que reben els enquestats, els treballadors de mitjans privats i públics presenten percentatges de pràctica diària o freqüent molt similars, tot i que lleugerament superiors en el cas dels privats. En els dos casos, gairebé un 30% dels participants publica, modifica o elimina informació de forma diària o freqüent per exigència d'un superior, tot i que el percentatge que afirma no fer-ho mai és més elevat en el cas dels treballadors públics (22,83%) que dels privats (16,14%). Tampoc s'aprecien grans diferències en el supòsit de la publicació, modificació o eliminació d'informació per adaptar-se a la línia editorial del mitjà: tot i que en aquest cas la diferència és superior –un 34,51% dels enquestats que treballa per a mitjans privats ho fa de forma diària o freqüent, mentre que en el cas dels empleats públics el percentatge se situa en un 30,43%-, continua situant-se per sota els cinc punts percentuals. A més, no hi ha una distància significativa entre els participants que afirmen no fer-ho mai, que són un 24,51% en el cas dels treballadors públics i un 28,26% en el cas dels privats.

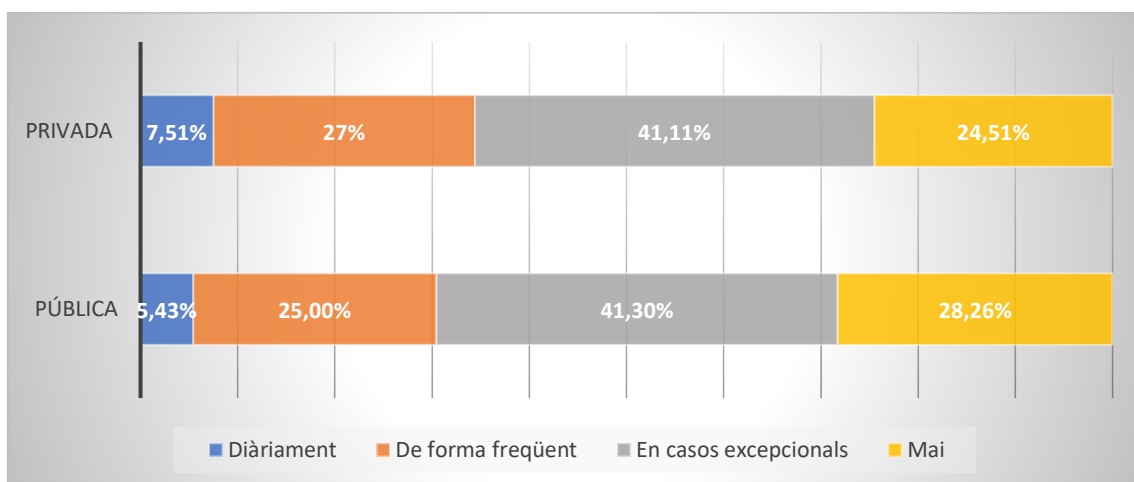
En canvi, en l'autolimitació sí que s'observa una major freqüència entre els treballadors de mitjans privats, que presenten un percentatge de pràctica diària o freqüent del 35,83%,

mentre que en el cas dels treballadors públics se situa nou punts percentuals per sota, en un 26,89%. Tot i això, també destaca el fet que el percentatge d'enquestats que afirma no fer-ho mai és superior en el cas dels treballadors privats (31,1%) que en els públics (25,81%). Per tant, se'n pot extreure la conclusió que, malgrat que l'autolimitació és més habitual en els mitjans privats, també existeix en el cas dels públics.

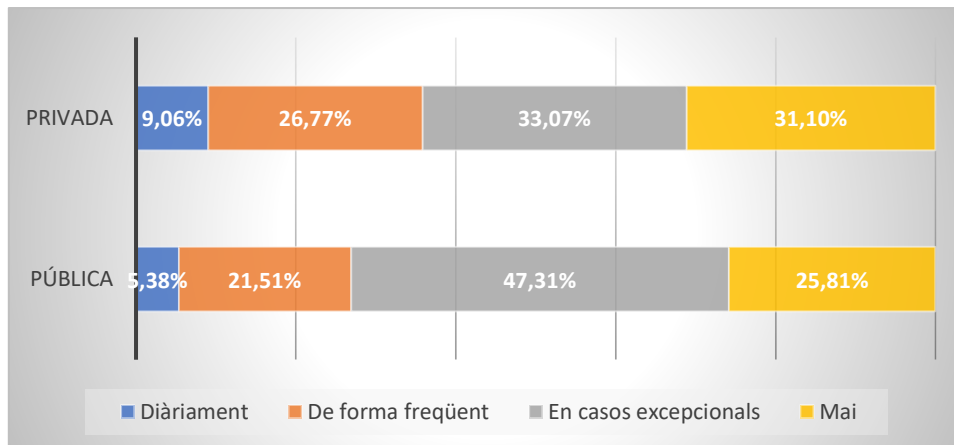
Gràfic 93. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons la titularitat de l'empresa



Gràfic 94. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons la titularitat de l'empresa

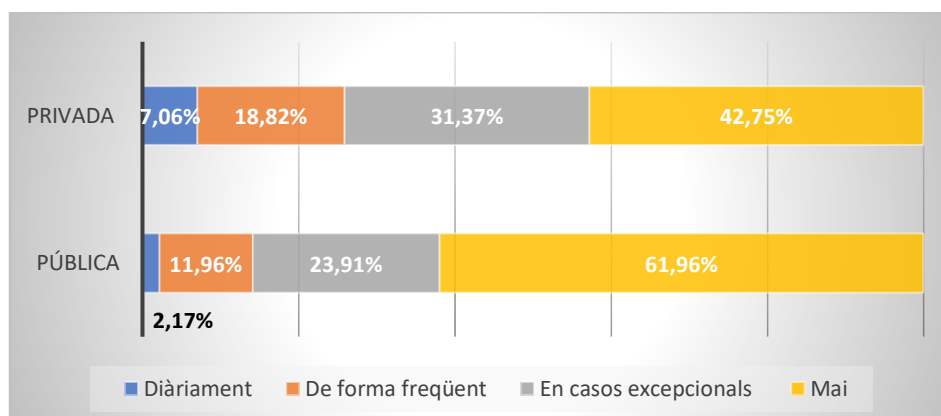


Gràfic 95. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons la titularitat de l'empresa



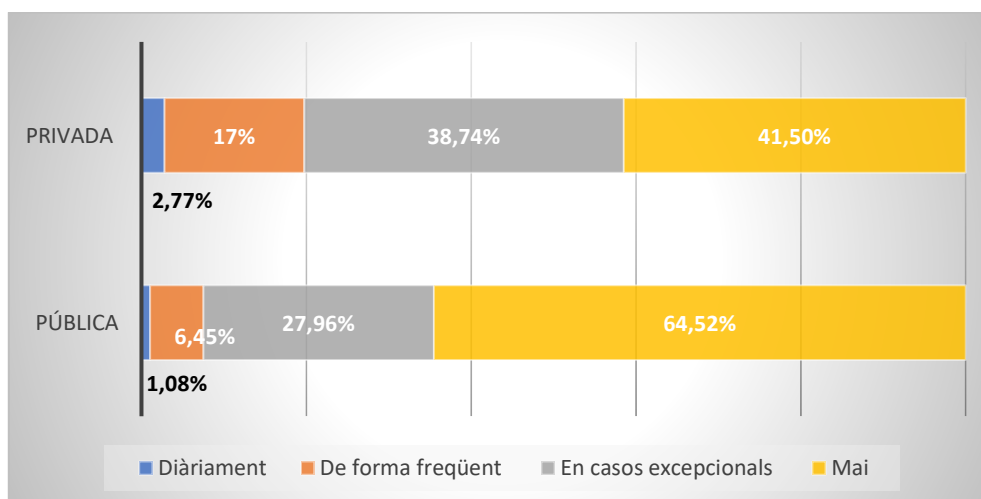
Pel que fa a la publicació d'informacions que puguin beneficiar altres empreses i/o mitjans, és un supòsit força més habitual en els mitjans privats que en els públics (vegeu gràfic 96). Això es pot atribuir al fet que el sector privat ofereix pitjors condicions salarials, circumstància que pot conduir cap a una major pluriocupació i generar un major volum de conflictes d'interès. El resultat és que, en el cas del sector públic, una àmplia majoria d'enquestats -un 61,96%- afirma no fer-ho mai, mentre que en el sector privat la xifra es redueix a un 42,75%. En la mateixa línia, entre els treballadors privats hi ha un 25,88% que afirma fer-ho cada dia o de forma freqüent, xifra que en el cas dels treballadors públics cau fins a un 14,13%.

Gràfic 96. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons la titularitat de l'empresa



Finalment, amb relació a la publicació de continguts que en realitat són patrocinats, és també un fenomen més habitual entre els treballadors de mitjans privats, amb notable diferència (vegeu gràfic 97). Fins a un 64,52% dels enquestats que treballa per a empreses públiques afirma no fer-ho mai, mentre que en el cas dels treballadors privats la xifra se situa només en un 41,5%. En canvi, un 19,77% dels enquestats que treballen en empreses privades ho fan de forma diària o freqüent, un percentatge molt superior al 7,53% dels treballadors d'empreses públiques. Aquestes xifres es poden explicar, més enllà de la precarietat, perquè els ingressos procedents de publicitat (categoria en la qual es poden englobar els continguts patrocinats) són molt més importants en el cas dels mitjans privats que en els públics, que compten amb ingressos procedents del govern.

Gràfic 97. Publicació de continguts que en realitat son patrocinats segons la titularitat de l'empresa



L'anàlisi d'aquesta variable, doncs, condueix a la conclusió que la titularitat de l'empresa no és de les més determinants quan s'observa el principi de llibertat. És cert que els treballadors més precaris, que en aquest cas corresponen als mitjans privats, presenten un major grau de vulnerabilitat davant dels supòsits relacionats amb el principi de llibertat, però en els tres casos que fan referència a les pressions internes les diferències entre els dos col·lectius no són massa significatives. Per tant, es pot concloure que l'adaptació a les exigències dels càrrecs superiors i a la línia editorial del mitjà són tan habituals en els mitjans públics com en els privats, i només l'autolimitació és més freqüent en el cas

d'aquests darrers. En canvi, la publicació d'informacions que puguin suposar un conflicte d'interès i de continguts que en realitat són patrocinats sí que és considerablement més habitual en els mitjans privats, tot i que en aquest cas també s'ha de tenir en compte que la fórmula de finançament de les empreses privades està directament relacionada amb la publicitat, mentre que no succeeix el mateix en el cas dels mitjans públics.

h) El “cost ètic” de tenir un contracte laboral

Tal com s'ha vist en els apartats 4.1. i 4.2., la situació laboral és un dels factors que més influeix en el nivell de precarietat, ja que els professionals amb contracte de treball, especialment si és a temps complet, cobren salaris més elevats i presenten un índex més elevat de satisfacció laboral, mentre que aquells que no en tenen estan subjectes a una major inestabilitat i registren un menor índex de satisfacció. Tanmateix, quan s'observa el comportament dels participants amb relació als supòsits vinculats al principi de llibertat, es comprova que aquesta es veu especialment condicionada pel fet de pertànyer a una redacció, ja que els professionals amb contracte -tant a temps complet com, sobretot, parcial- presenten, generalment, percentatges més alts de pràctica diària o freqüent en aquells casos que suposen una major submissió a les pressions internes (vegeu gràfics 98, 99 i 100). En canvi, els professionals que treballen des d'una posició externa -col·laboradors i autònoms- manifesten un major grau de llibertat a l'hora de treballar. Aquestes dades es poden entendre si es té en compte que només la meitat dels participants té accés a un contracte a temps complet, de manera que aquells que l'aconsegueixen poden estar més disposats a fer renúncies per tal de mantenir-lo. Un cas a part són els estudiants en pràctiques, que presenten els percentatges més elevats de pràctica habitual en tots els casos, fet que es pot atribuir, com succeïa en el cas de l'edat, a la seva joventut i falta d'experiència.

Així doncs, la publicació, modificació o eliminació d'informació per l'exigència d'un superior és especialment habitual entre els estudiants en pràctiques, ja que un 50% ho fa cada dia i un 37,5% de forma freqüent. El percentatge també és elevat entre els professionals que estan a l'atur (amb un 45,45% de pràctica diària i un 18,18% de freqüent), tot i que es tracta d'un col·lectiu que en aquests moments no es troba en actiu

i que per tant parla des del record. Pel que fa a les persones que fan col·laboracions no remunerades, el seu percentatge de pràctica diària o freqüent també és destacat, ja que arriba al 57,15%.

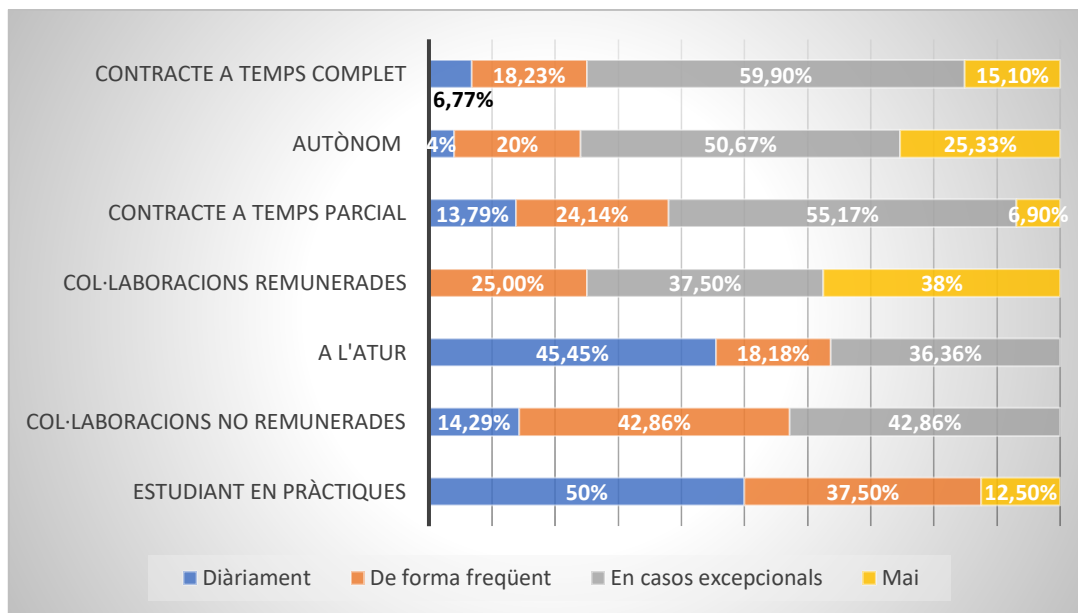
Però més enllà d'aquests tres col·lectius, que malgrat ser precaris representen percentatges molt petits de participants, destaca especialment el fet que els treballadors que disposen de contracte laboral - sigui a temps parcial o complet- s'adapten a les directrius dels seus superiors més sovint que els autònoms o els professionals que fan col·laboracions remunerades. De fet, només un 6,9% dels participants amb contracte a temps parcial i un 15,1% dels que estan contractats a temps complet afirmen no modificar mai informacions per adaptar-se a les directrius dels seus superiors, mentre que en el cas dels autònoms, la xifra creix fins a un 25,33% i en el dels col·laboradors remunerats, fins a un 38%. La mateixa situació es reflecteix en el percentatge de pràctica diària o freqüent, que és especialment rellevant en el cas dels treballadors amb contractes a temps parcial (37,93%).

Amb relació a l'adequació a la línia editorial del mitjà, de nou la pràctica diària o freqüent és més habitual entre els professionals que estan a l'atur (72,72%) i els estudiants en pràctiques (50%). Tot i això, també destaca que en tercer lloc se situen els enquestats que disposen de contracte a temps parcial, amb un 48,28%. En aquest cas, també es comprova que tant els contractats a temps parcial com els que disposen d'un contracte a temps complet, amb un 31,42%, presenten percentatges de pràctica diària o freqüent més elevats que els autònoms (22,37%) i els que fan col·laboracions remunerades (25%). Per tant, una vegada més, es comprova que el fet de tenir un contracte laboral suposa una major submissió a la línia editorial del mitjà que no pas el fet de ser autònom o col·laborador, circumstància que atorga una major llibertat.

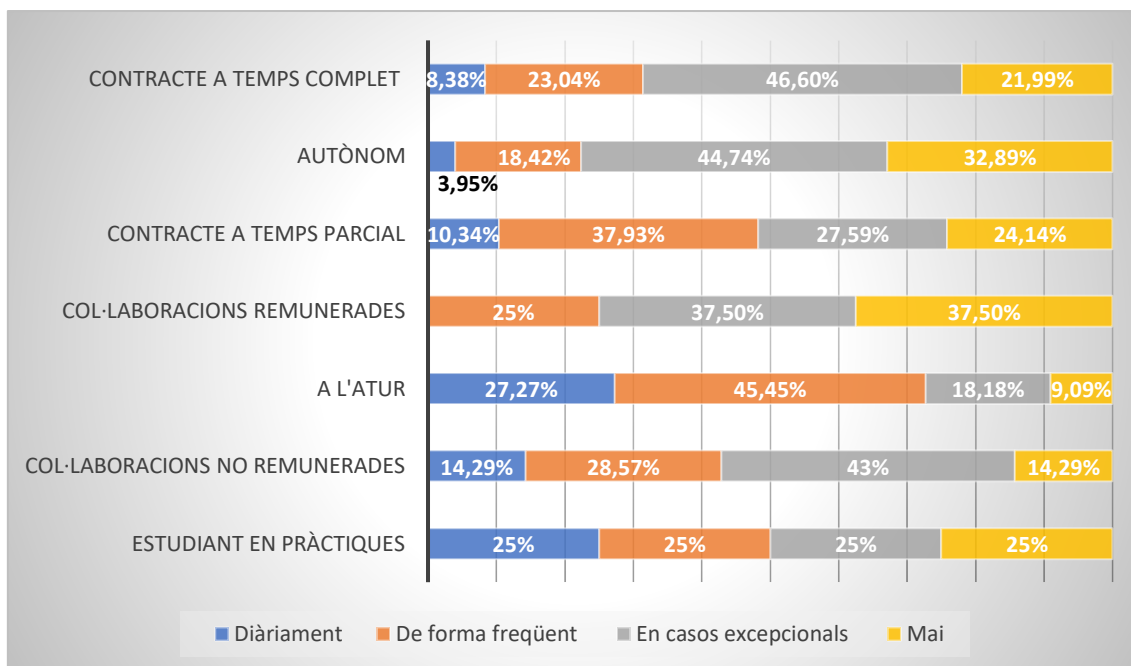
Si s'observa el supòsit de l'autolimitació, les respostes segueixen un patró similar. Els col·lectius amb un major percentatge de pràctica diària o freqüent són els estudiants en pràctiques i a l'atur, amb un 50% en ambdós casos. De nou, però, el tercer lloc és per als enquestats amb contracte a temps parcial (44,82%), i en quarta posició se situen els

contractats a temps complet (35,41%). En canvi, una mica per sota hi ha els participants que fan col·laboracions remunerades (33,22%) i els autònoms (28%). Així doncs, es pot veure que, en aquest supòsit, el fet de tenir contracte torna a suposar una major limitació que no pas el fet de ser autònom i/o col·laborador. Aquest fet es corrobora si s'observen les respostes dels participants que afirmen no fer-ho mai, ja que els percentatges dels col·laboradors remunerats (38%) i els autònoms (25,33%) són molt superiors als dels participants amb contracte a temps complet (15,1%) i a temps parcial (6,9%).

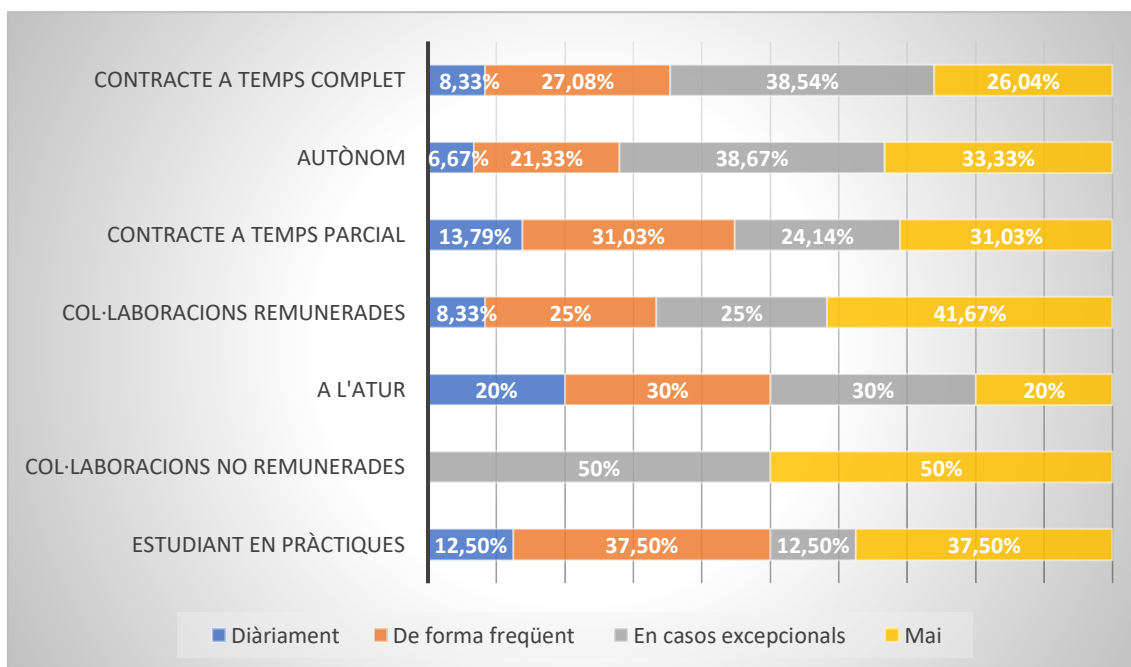
Gràfic 98. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons la situació laboral



Gràfic 99. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons la situació laboral

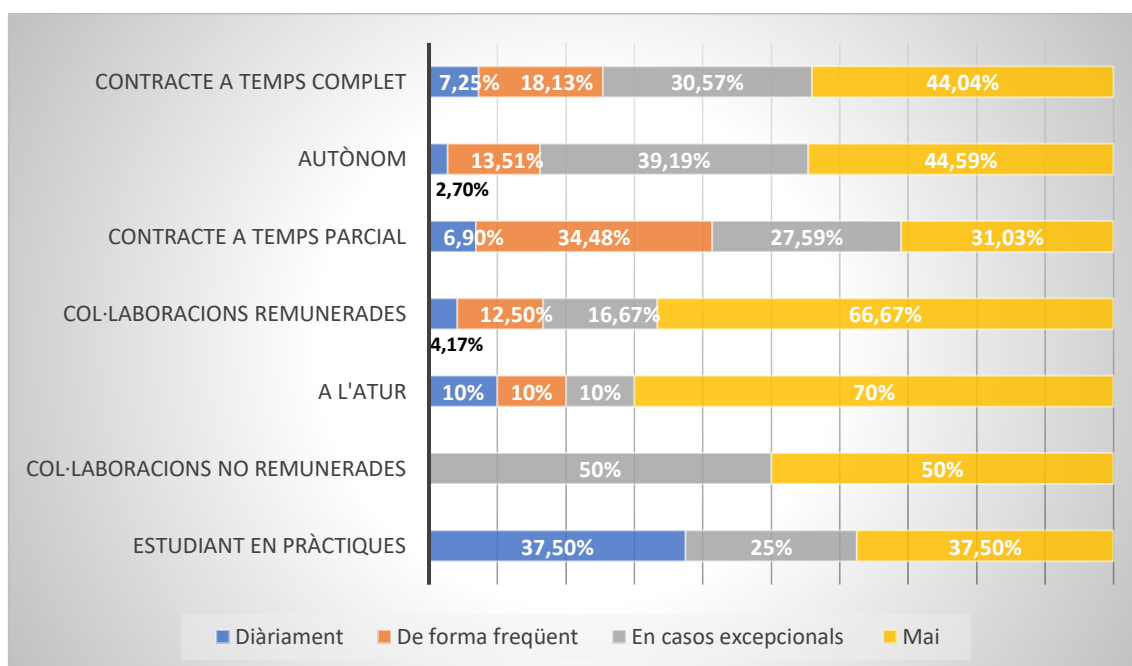


Gràfic 100. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons la situació laboral



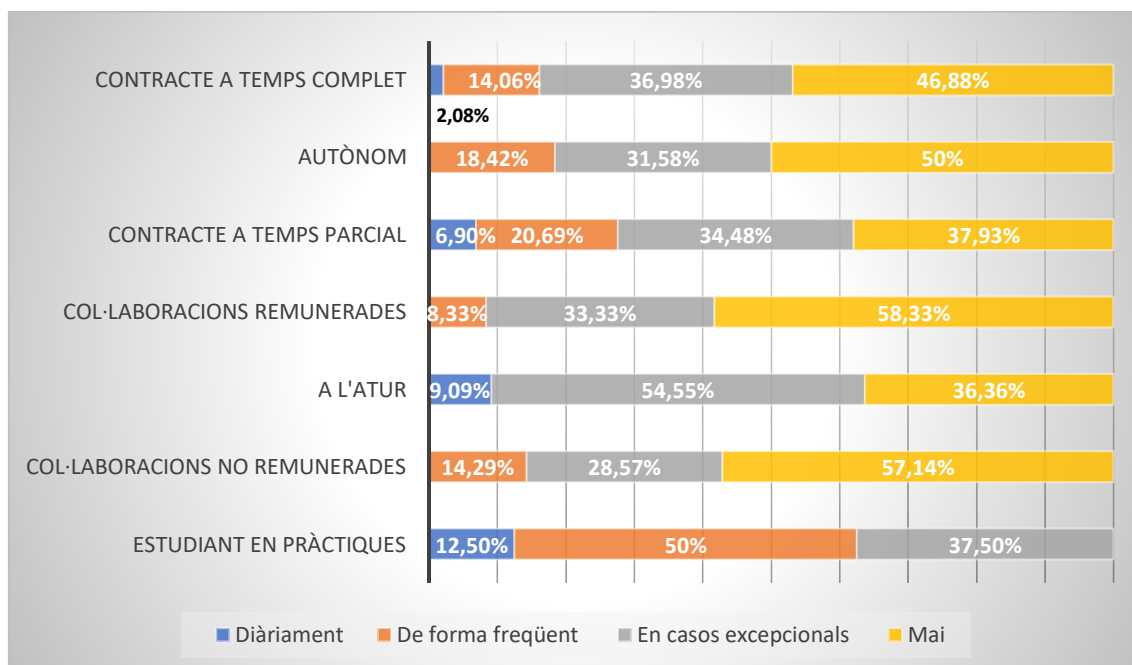
Quan s'analitza el supòsit relacionat amb els conflictes d'interès -és a dir, publicar informació que pugui beneficiar una altra empresa amb la qual es té relació-, els percentatges de pràctica diària o freqüent, malgrat ser generalment més baixos, tornen a ser superiors entre els que disposen de contracte a temps parcial o complet que no pas entre aquells que són autònoms o col·laboradors (vegeu gràfic 101). D'aquesta manera, el principal percentatge de pràctica diària o freqüent correspon als treballadors amb contractes a temps parcial, amb un 41,38%. Aquest fet es pot explicar perquè aquest tipus de contractes estan associats a una menor retribució, de manera que aquest col·lectiu és un dels que més abocat es pot veure a una pluriocupació que li generi conflictes d'interès. El segon lloc l'ocupen els participants que tenen contracte a temps complet, amb un 25,38% de pràctica diària o freqüent. Com en els anteriors supòsits, els col·laboradors remunerats, amb un 16,67%, i els autònoms, amb un 16,21%, presenten percentatges menors malgrat dependre també de la pluriocupació. Tampoc es pot passar per alt que el percentatge de pràctica diària entre els estudiants en pràctiques (37,5%) és molt superior al de la resta de col·lectius.

Gràfic 101. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons la situació laboral



En darrer lloc, la publicació de continguts que en realitat són patrocinats (vegeu gràfic 102) torna a ser especialment habitual entre els estudiants en pràctiques (un 62,5% ho fa cada dia o de forma freqüent) i els treballadors amb contractes a temps parcial (27,59%). Una mica més enrere es troben els autònoms, amb un 18,42% que afirmen fer-ho de forma freqüent, tot i que destaca el fet que cap membre del col·lectiu n'admet una pràctica diària. Tot seguit es troben els treballadors a temps complet (16,14%) i, més enrere, els professionals que fan col·laboracions remunerades, amb un 8,33% de pràctica diària i cap que admeti fer-ho de forma freqüent. Per tant, malgrat que en aquest supòsit el comportament dels participants és lleugerament diferent dels anteriors, es torna a veure com el fet de tenir un contracte, especialment si és a temps parcial, no suposa una major llibertat a l'hora d'evitar la publicació de continguts patrocinats, sinó al contrari.

Gràfic 102. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons la situació laboral



La variable de la situació laboral permet concloure que, malgrat que disposar d'un contracte garanteix una major estabilitat, també condiciona el principi de llibertat. Tal com s'ha observat, l'adequació a les directrius dels superiors i a la línia editorial del mitjà, l'autolimitació, la submissió davant dels conflictes d'interès i la publicació de continguts

patrocinats són més habituals entre els professionals amb contracte, que generalment gaudeixen de millors salaris i tenen un grau de satisfacció laboral més elevat, que no pas entre els col·laboradors i autònoms, que pateixen més precarietat i inestabilitat.

Els resultats indiquen, doncs, que el principi de llibertat es veu més coartat entre els professionals que estan integrats en les redaccions -és a dir, els que tenen contracte- que no pas entre els que treballen des de fora (col·laboradors i autònoms), que presenten menors índexs de submissió a les directrius editorials. Tenint en compte que els treballadors amb contracte són els menys precaris, especialment els que disposen d'un contracte a temps complet, es pot apuntar que el "preu" a pagar per accedir a un contracte laboral és una major renúncia a la llibertat. En canvi, els col·laboradors i autònoms, malgrat patir una major inestabilitat i estar generalment menys satisfets amb la seva situació laboral, gaudeixen d'una distància amb la redacció que els permet treballar amb més llibertat.

i) La temporalitat, factor de risc

La variable del tipus de contracte permet aprofundir en alguns dels resultats obtinguts amb relació a la situació laboral. En aquest cas, cal tenir en compte que menys de la meitat dels participants (només un 48,7%) disposa de contracte indefinit, que com s'ha observat anteriorment és el que atorga un major nivell d'estabilitat, comporta més satisfacció laboral i garanteix uns salaris més elevats, de manera que es pot considerar la situació menys precària. La resta -treballadors temporals, per obra i servei o que no disposen de contracte laboral- es troben amb unes condicions laborals més adverses, ja que presenten un major grau d'inestabilitat, un grau de satisfacció més baix i els salaris són generalment més baixos.

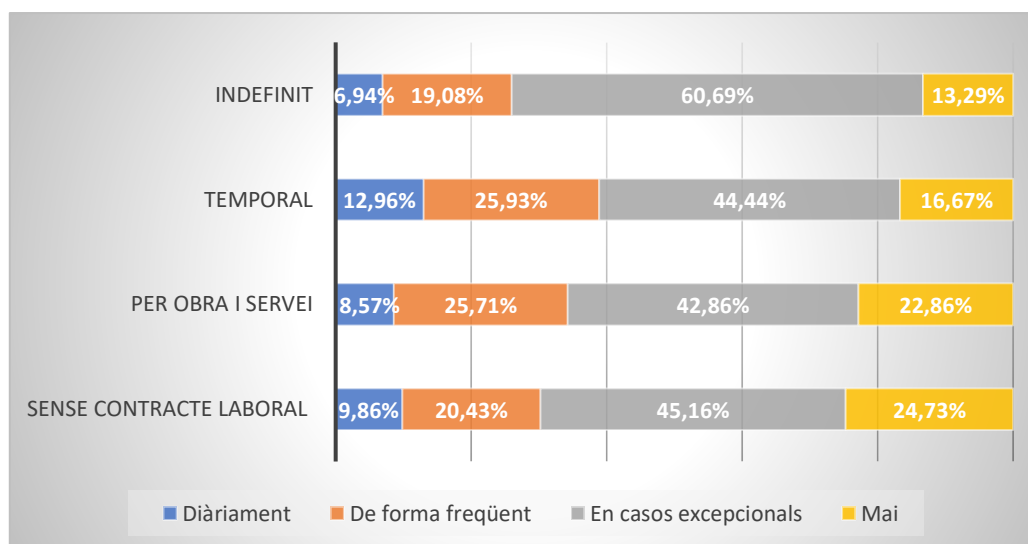
En el primer supòsit, corresponent a la publicació, modificació o eliminació d'informació per indicació d'un superior (vegeu gràfic 103), queda clar que el percentatge més alt de pràctica diària o freqüent correspon als treballadors amb contracte temporal (38,89%), seguits dels participants que disposen d'un contracte per obra i servei-, amb un 34,28%.

Més enrere es troben els que estan sense contracte laboral -i que per tant poden ser autònoms, col·laboradors, professionals a l'atur o estudiants en pràctiques-, amb un 30,29% de pràctica diària o freqüent, i finalment els que tenen contracte indefinit, amb un 26,02%. Però tot i que aquestes dades permetrien pensar que els professionals amb contracte indefinit, que són els menys precaris, són els que menys pateixen la influència dels seus superiors, en realitat no és exactament així, ja que aquest col·lectiu és precisament el que presenta un percentatge més baix de participants que afirma no fer-ho mai, amb un 13,29%. Per tant, malgrat que sigui amb una menor freqüència, la influència dels superiors continua pesant encara que es gaudeixi d'una situació laboral estable.

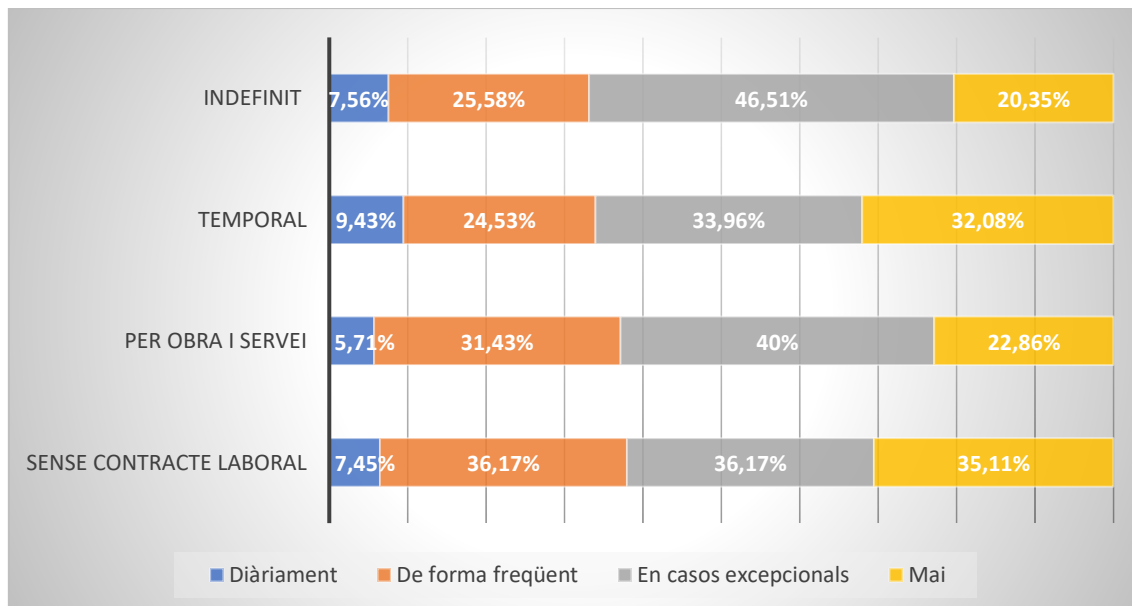
Amb relació al segon supòsit, que correspon a l'adequació a la línia editorial del mitjà (vegeu gràfic 104), la pràctica diària o freqüent és més elevada entre els participants que estan sense contracte laboral (43,62%) i els que estan en una situació d'obra i servei (37,14%) que no pas entre els que disposen de contracte, sigui temporal (33,96%) o indefinit (33,14%). Tot i això, en aquest cas, també cal tenir en compte altres dades, com el fet que el principal percentatge de pràctica diària (9,43%) correspon als que tenen un contracte temporal, i que els que disposen d'un contracte indefinit presenten el nombre més baix de participants que afirmen no fer-ho mai (20,35%). Per tant, de nou es comprova que l'estabilitat de tenir un contracte laboral no eximeix d'adequar-se a la línia editorial.

En tercer lloc, les dades mostren que l'autolimitació és un dels "preus" que els participants han de pagar per tal de tenir un contracte, ja que aquells que en tenen un, sigui temporal (41,51%) o indefinit (35,26%), són els que més la practiquen de forma diària o freqüent, molt sobre dels que estan en una situació d'obra i servei (26,47%) o sense cap tipus de contracte (28,72%). A més, els que compten amb un contracte indefinit, malgrat la seguretat i la satisfacció laboral que comporta, són els que registren un menor percentatge de participants que afirmen no autolimitar-se mai (20,48%). Per tant, en aquest cas es constata que gaudir de la seguretat d'un contracte laboral requereix una major autolimitació, mentre que el fet de no tenir-ne suposa gaudir d'una major llibertat a l'hora d'expressar la pròpia opinió.

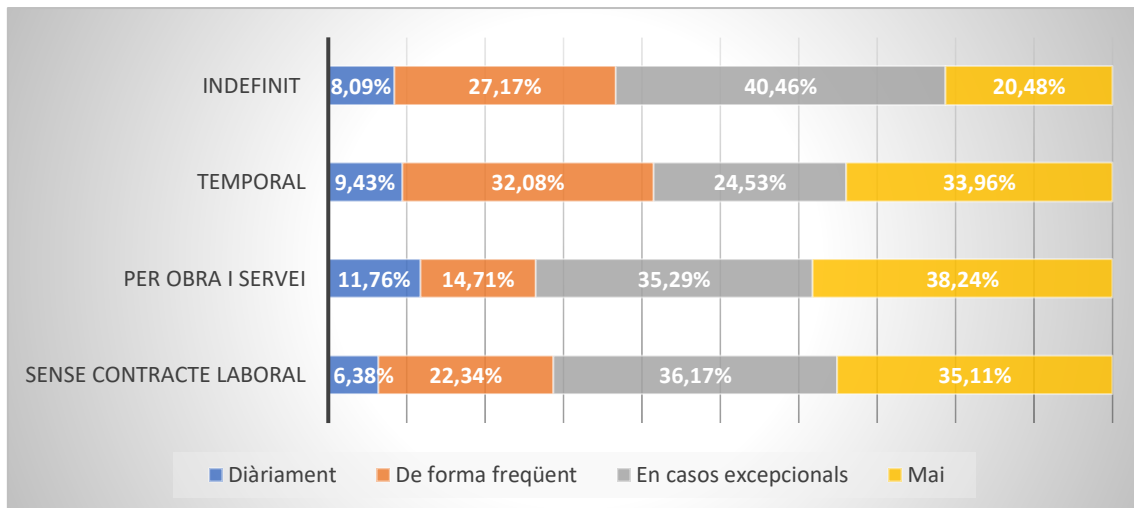
Gràfic 103. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el tipus de contracte



Gràfic 104. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el tipus de contracte

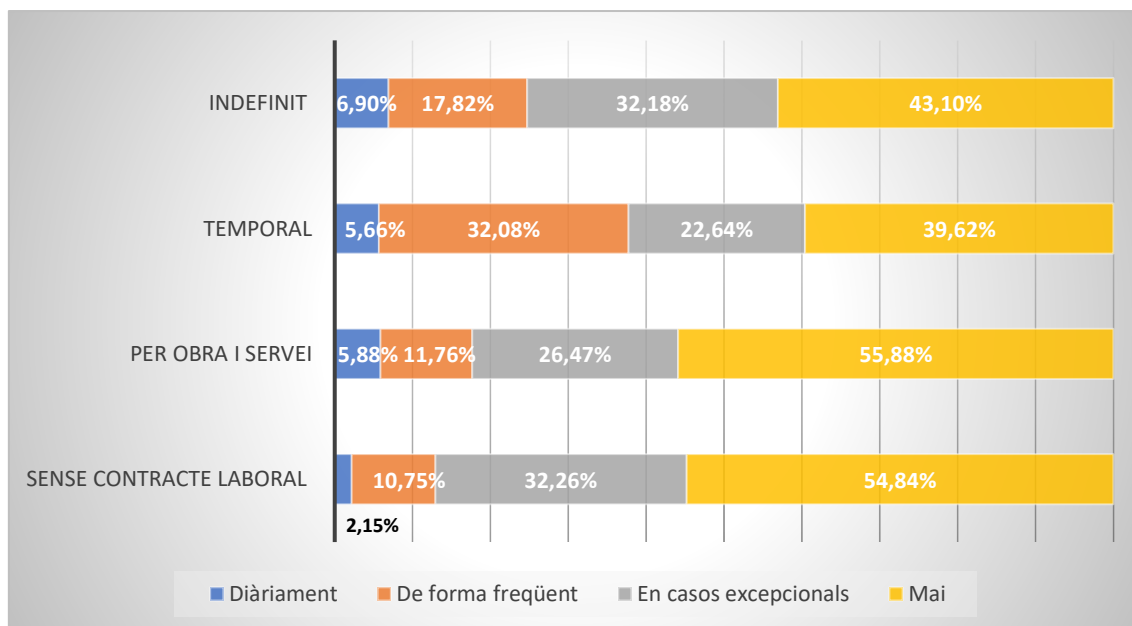


Gràfic 105. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el tipus de contracte



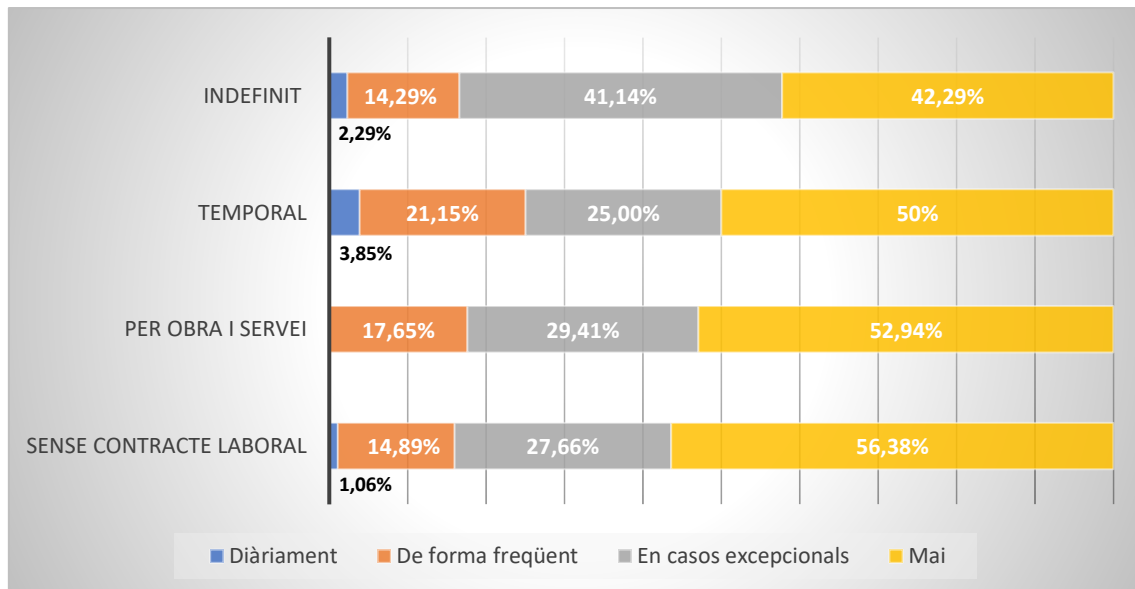
Pel que fa al supòsit dels conflictes d'interès, el fet de publicar informacions que beneficien altres empreses o mitjans de comunicació amb els quals es té relació és una pràctica més habitual entre els enquestats que disposen de contracte que no pas entre els que no en tenen, malgrat que aquest segon grup és més susceptible d'haver de combinar dues o més feines (vegeu gràfic 106). El principal percentatge de pràctica diària o freqüent correspon als treballadors amb contracte temporal (37,74%), seguits dels participants que disposen d'un contracte indefinit (24,72%). Aquests dos col·lectius, a més, tenen els menors percentatges de participants que afirmen no fer-ho mai, amb un 36,62% i un 43,1% respectivament. En canvi, els menors percentatges corresponen als que no tenen cap contracte (12,9%) i als que estan per obra i servei (17,64%). Per tant, en aquest cas, es pot deduir que el fet de publicar informacions que beneficiïn a terceres empreses o mitjans de comunicació no està tan relacionat amb el fet d'haver de combinar diferents feines per arribar a final de mes, sinó, probablement, a respondre als interessos de l'empresa amb la qual es té un contracte laboral.

Gràfic 106. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el tipus de contracte



En darrer lloc, pel que fa a la publicació de continguts que en realitat estan patrocinats, es pot comprovar com, de nou, els treballadors amb un contracte temporal són els que presenten un major percentatge de pràctica diària o freqüent, que se situa en un 25% (vegeu gràfic 107). Pel que fa als altres tres grups, les diferències entre ells no són significatives, ja que en el cas dels treballadors amb contracte indefinit el percentatge de pràctica diària o freqüent se situa en un 16,58%; entre els d'obra i servei, en un 17,65%, i entre els que estan sense contracte, en un 15,95%. Destaca el fet, tanmateix, que el col·lectiu amb contracte indefinit és, de nou, el que presenta un menor percentatge de participants que afirmen no dur mai a terme aquesta pràctica, amb un 42,28%, mentre que en els altres tres grups aquest percentatge supera el 50%. Per tant, un cop més, es comprova que gaudir d'un contracte indefinit implica renúncies de caràcter ètic.

Gràfic 107. Publicació de continguts que en realitat son patrocinats segons el tipus de contracte



Com a conclusió, doncs, s'observa que els treballadors amb un contracte temporal són els que presenten un major percentatge de pràctica diària o freqüent en els cinc supòsits relacionats amb el principi de llibertat. Una possible explicació és que els enquestats amb aquest tipus de contractes es veuen obligats a renunciar a part de la seva llibertat per no entrar en conflicte amb les seves empreses amb l'esperança que els seus contractes temporals es converteixin en indefinits i, per tant, menys precaris. Tot i això, també destaca el fet que, en quatre dels cinc supòsits, els treballadors amb contracte indefinit presenten el menor percentatge de participants que afirmen no dur mai a terme aquest tipus de pràctiques, el que corrobora la conclusió a la qual s'ha arribat en l'apartat de "Situació laboral": l'estabilitat que en aquest cas garanteix un contracte indefinit requereix renúncies a la llibertat personal.

j) Més responsabilitat, menys llibertat

Amb relació a la categoria professional, prèviament s'ha observat com la precarietat afecta especialment a les categories més baixes dins d'una redacció (ajudants i redactors), així com als col·laboradors i/o autònoms, que pateixen sobretot a causa de la inestabilitat. Mentrestant, els caps de secció tenen unes condicions una mica menys precàries, però els

que es troben en una millor situació són, sense dubte, els caps de redacció i els directors. Pel que fa als professionals que en aquest moment no es troben en actiu, s'han tingut en compte però les seves respostes són difícilment interpretables perquè no parlen des de la pràctica diària de la professió, sinó des del record o des d'una projecció.

Pel que fa al primer supòsit; el de la publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior (vegeu gràfic 108), s'observa com els professionals que pertanyen a la categoria d'ajudants de redacció, que és la més baixa i, com s'ha vist, porta associada un major grau de precarietat, és la que té, amb diferència, un menor percentatge de participants que afirmen no fer-ho mai, amb un 5,26%. Per tant, en aquest cas sí que s'aprecia que el col·lectiu més precari, que també és el més jove, és el que experimenta una major submissió a les directrius dels superiors, però cal tenir en compte que no és l'únic. De fet, destaca molt especialment el fet que siguin els caps de secció -un càrrec de responsabilitat mitjana- els que més afirmen fer-ho de forma diària o freqüent (32,14%), amb un percentatge lleugerament superior al de les categories que es troben per sota seu, com els redactors (29,38%) o els mateixos ajudants de redacció (31,58%). Per tant, d'aquestes dades se'n pot extreure la conclusió que el fet de començar a assumir responsabilitats dins de la redacció -primer pas per progressar també en l'àmbit laboral- comporta també una pèrdua de llibertat a l'hora de prendre decisions. En canvi, entre els càrrecs més elevats de la redacció, els percentatges de submissió a les directrius dels superiors de forma diària o freqüent són més baixos: un 20,69% en el cas dels caps de redacció i un 13,34% entre els directors. Per tant, es torna a observar com la submissió és més forta entre els que professionals que estan intentant ascendir tant en l'àmbit professional com laboral que no pas entre aquells que ja ho han aconseguit.

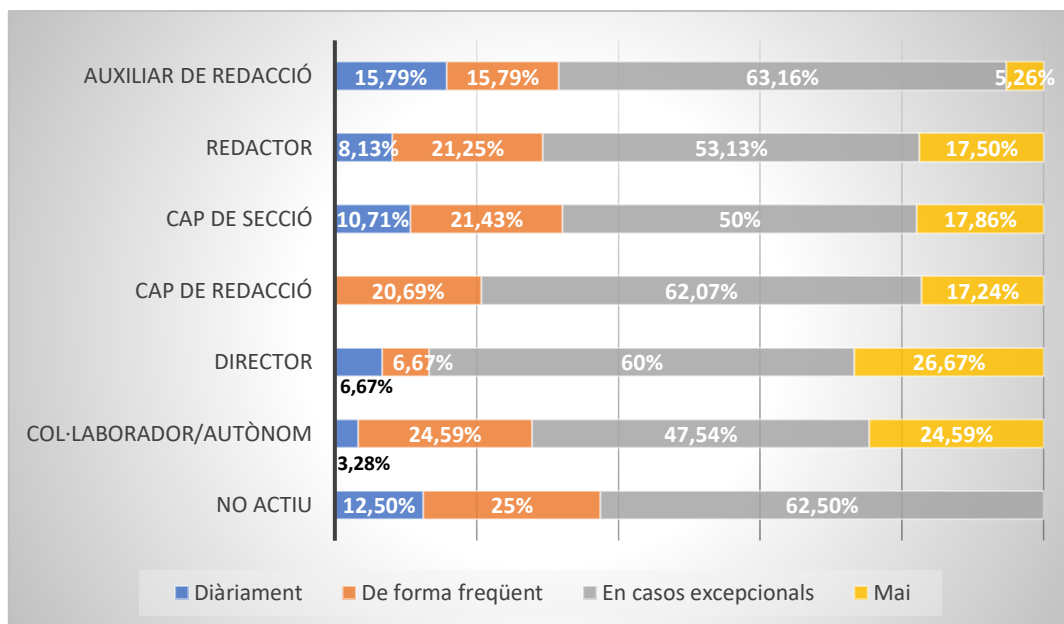
D'altra banda, destaca també el fet que els col·laboradors o autònoms presenten un percentatge de pràctica diària o freqüent del 27,87%; per tant, inferior als ajudants de redacció, redactors i caps de secció. Per tant, confirmant el que s'ha vist amb les variables de situació laboral i tipus de contracte, els participants que estan fora de la redacció i no tenen cap contracte laboral, malgrat tenir unes condicions més precàries, estan menys sotmesos a les directrius dels seus superiors que no pas els que es troben en les categories inferiors, a les quals la precarietat s'afegeix a una major submissió a les directrius dels

superiors. Una vegada més, doncs, s'observa el "preu" que s'ha de pagar per aconseguir un contracte.

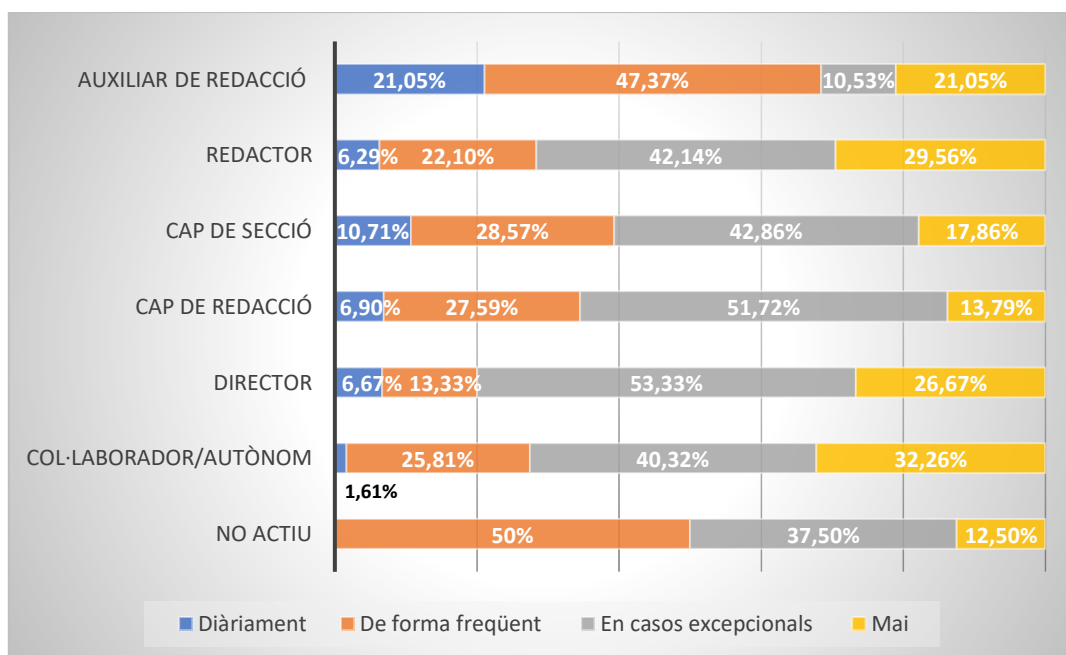
Quan s'observa el segon supòsit -adequació a la línia editorial del mitjà-, es torna a veure com els ajudants de redacció són, amb diferència, els que més la practiquen de forma diària o freqüent (vegeu gràfic 109), amb un ampli 68,42%. Per tant, en aquest cas es comprova com el col·lectiu més precari torna a ser el que més renuncia a la seva llibertat per adequar-se voluntàriament a la línia editorial del mitjà. Però de nou, cal tenir en compte altres factors. Per exemple, el fet que els caps de secció i els caps de redacció, els dos càrrecs de responsabilitat que hi ha dins les redaccions, són els que presenten menors percentatges de participants que afirmen no dur mai a terme aquest tipus de pràctica, amb un 17,86% en el cas dels caps de secció i un 13,79% entre els caps de redacció (aquí no es tenen en compte els enquestats que no estan actius). Per tant, es torna a observar que assumir un càrrec, amb els beneficis laborals i professionals que comporta, implica també una renúncia a la llibertat i una major adequació a la línia editorial del mitjà. De fet, els caps de secció són, després dels ajudants de redacció, els que presenten un major percentatge de pràctica diària o freqüent, amb un 39,28%, i en tercer lloc se situen els caps de redacció, amb un 34,49%. En ambdós casos, es tracta de percentatges superiors als de col·lectius que es troben en situacions més precàries, com els redactors (28,39%) o els autònoms (27,42%).

Amb relació a l'autolimitació, el patró que detectat és molt similar (vegeu gràfic 110). De nou, el principal percentatge de pràctica diària o freqüent correspon al col·lectiu més precari, el dels ajudants de redacció, amb un 57,89%. Per tant, es tracta d'un nou cas en què la precarietat comporta una limitació de la llibertat. Tot i això, torna a destacar el fet que els caps de secció, amb un 39,28%, i els caps de redacció, amb un 37,93%, ocupen el segon i el tercer lloc de pràctica diària i freqüent, per davant dels seus subordinats més precaris, com els redactors (27,33%) i els col·laboradors o autònoms (31,66%). Per tant, s'observa com l'autolimitació torna a ser un peatge que els professionals han d'acceptar per tal d'ascendir a nivell laboral.

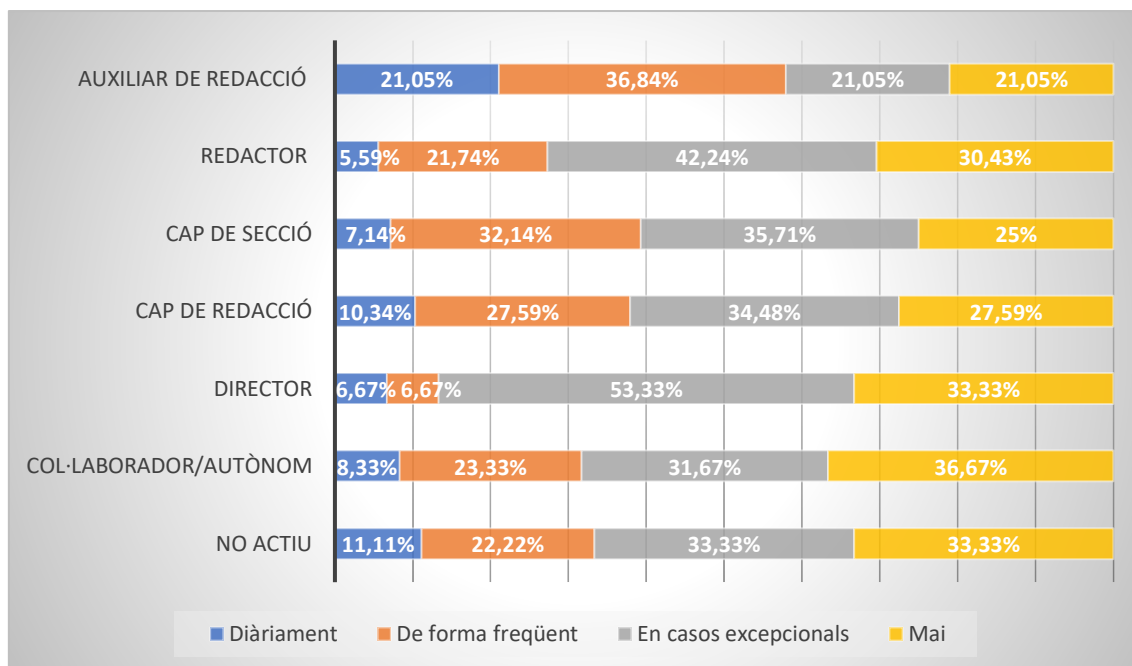
Gràfic 108. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons la categoria professional



Gràfic 109. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons la categoria professional

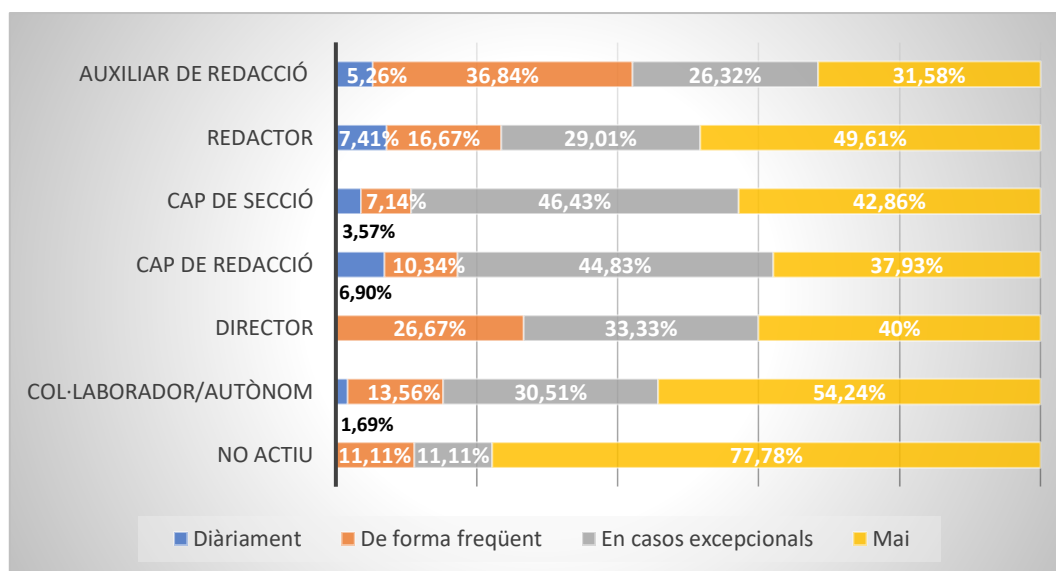


Gràfic 110. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons la categoria professional



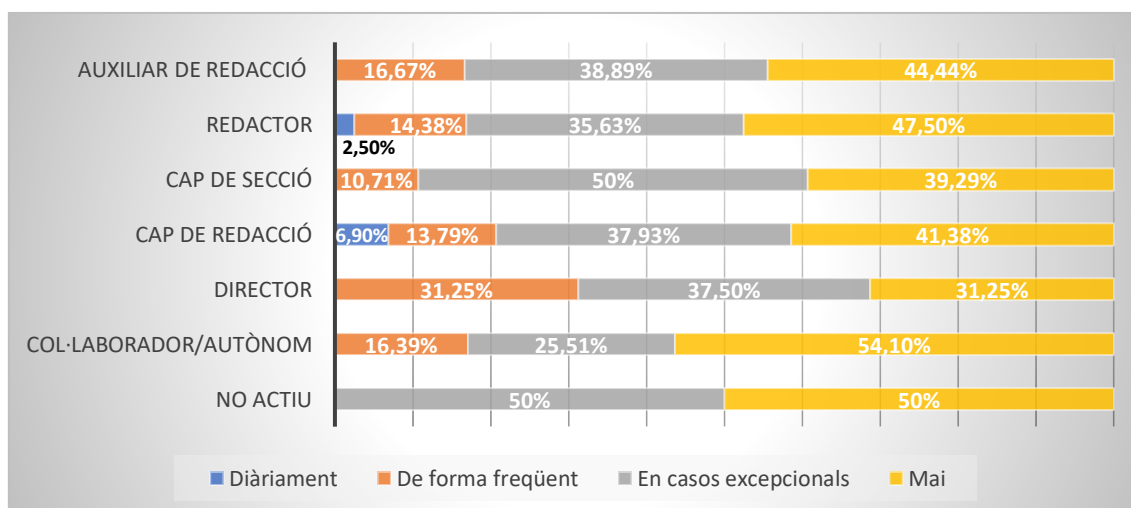
Pel que fa a la publicació d'informacions que puguin beneficiar una altra empresa o mitjà de comunicació amb el qual el professional té relació, sí que s'observa una relació directa entre la precarietat i la freqüència d'aquesta pràctica (vegeu gràfic 111). Els ajudants de redacció, que a causa dels seus baixos salaris són un dels col·lectius més susceptibles d'haver de combinar dues o més feines a la vegada, són els que presenten, de nou, un major percentatge de pràctica diària o freqüent (42,1%), seguits dels directors, amb un 26,67%, malgrat que aquest col·lectiu ha donat un volum reduït de respostes (només divuit, un 4,7% del total) i no n'hi ha cap que ho faci de forma freqüent. A continuació es troben els redactors, amb un 24,08%, mentre que els caps de secció (10,71%) i els caps de redacció (17,24%) presenten percentatges més baixos. Per tant, sí que s'observa (amb l'excepció dels directors) que les categories professionals més baixes són les que més es veuen abocades a aquesta pràctica. Tot i això, continua destacant el major grau de llibertat que manifesten els autònoms i/o col·laboradors, ja que el seu percentatge de pràctica diària o freqüent és dels més baixos (inferior fins i tot al dels caps de redacció).

Gràfic 111. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons la categoria professional



En el cas de continguts patrocinats (vegeu gràfic 112), les categories més altes -directors i caps de redacció- són, amb un 31,25% i un 20,69%, els que presenten majors percentatges de pràctica diària o freqüent. Per tant, es pot considerar una pràctica impulsada des de la direcció que segueixen els subordinats, amb un 16,67% en el cas dels ajudants, un 16,88% en el dels redactors i un 16,39% entre els col·laboradors o autònoms.

Gràfic 112. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons la categoria professional



La variable de la categoria professional permet concloure, doncs, que el col·lectiu més precari -el dels ajudants de redacció- és el que veu més limitada la seva llibertat a l'hora de prendre decisions, ja que són els que presenten uns percentatges més elevats de submissió a les directrius dels superiors, a la línia editorial del mitjà i un major grau d'autolimitació, mentre que també sucumbeixen més sovint davant dels conflictes d'interès. Tot i això, destaca també el fet que els càrrecs de responsabilitat dins la redacció -els caps de secció i els caps de redacció- també presenten uns percentatges elevats de pràctica diària o freqüent, de manera que se'n poden excloure dues conclusions: en primer lloc, que l'ascens professional (que sol implicar millores en les condicions laborals) implica una renúncia a la llibertat; i en segon lloc, que aquests càrrecs de responsabilitat acaben essent els que transmeten determinades directrius als seus subordinats (redactors i col·laboradors/autònoms). Aquesta darrera observació és especialment evident en el cas del contingut que en realitat és patrocinat, ja que els principals percentatges de pràctica diària o freqüent es troben, precisament, entre els càrrecs superiors. Mentrestant, es torna a comprovar una vegada més que els autònoms mantenen un major marge de llibertat.

k) Sacrificar llibertat per a un millor salari

Amb relació a la franja salarial -una de les principals variables a l'hora de definir la precarietat-, el patró de comportament és molt similar a l'observat en la variable de categoria professional. Aquest fet no és sorprenent, ja que totes dues estan estretament relacionades: com s'ha vist, a les categories més altes els corresponen sous més elevats. D'aquesta manera, es comprova com, de nou, els participants situats en la franja salarial més baixa (menys de 15.000 euros bruts anuals) són els que presenten percentatges més elevats de pràctica diària o freqüent en la majoria dels supòsits relacionats amb la limitació de la seva llibertat. Tot i això, tal com s'ha observat ja en la categoria professional, destaca el fet que les franges salarials més altes, i per tant menys precàries, també presenten percentatges elevats de pràctica habitual.

Pel que fa al primer supòsit- adequació a les exigències dels superiors-, els participants que tenen el salari més baix -és a dir, per sota dels 15.000 euros bruts anuals- són els que presenten un major percentatge de pràctica diària o freqüent, amb un 37,21% (vegeu

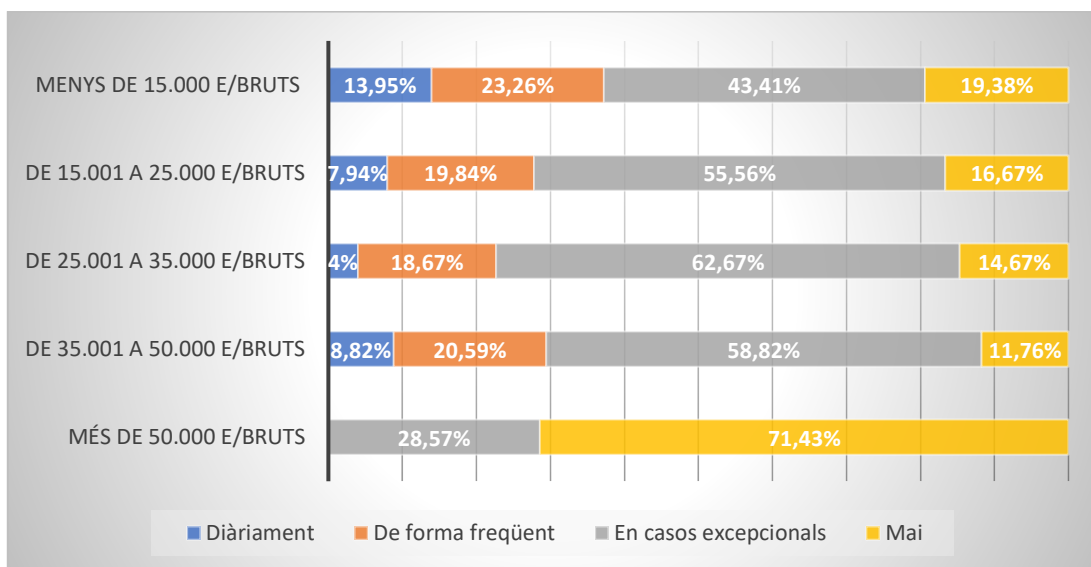
gràfic 113). Tal com s'ha vist prèviament, en aquesta franja es troben sobretot joves a l'inici de la seva carrera, que ostenten les categories laborals més baixes i molts dels quals treballen en mitjans digitals, privats i d'àmbit local. Tot i això, destaca el fet que el segon major percentatge correspon a un dels col·lectius amb un major salari: els participants que cobren entre 35.001 i 50.000 euros bruts anuals, amb un 29,41%. De fet, ells també són els que presenten una xifra menor de participants que afirma no dur mai a terme aquesta pràctica, amb un 11,76%. Tenint en compte la relació observada prèviament entre categoria professional i salari, es pot deduir que el col·lectiu que percep entre 35.001 a 50.000 euros bruts anuals correspon majoritàriament als caps de secció o de redacció, que tal com s'ha vist també presenten percentatges alts de submissió a les directrius dels superiors. Per tant, es reforça la idea que aconseguir una millora laboral -en aquest cas, salarial- implica certa renúncia a la llibertat i un major seguiment de directrius.

Si es té en compte l'adequació voluntària a la línia editorial del mitjà, la relació entre salaris i baixos i renúncia a la llibertat és més evident i progressiva (vegeu gràfic 114). De nou, els participants amb menys de 15.000 euros bruts anuals són els que mostren un major percentatge de pràctica diària o freqüent (38,76%), seguits dels enquestats que perceben entre 15.000 i 25.000 euros (33,6%), els que cobren entre 25.000 i 35.000 (25,33%), els que tenen un salari d'entre 35.000 i 50.000 euros (23,53%) i els que superen els 50.000 euros bruts anuals (14,29%). Per tant, en aquest sentit, sí que es comprova que la precarietat salarial comporta una major adequació a la línia editorial. Tot i això, també destaca el fet que dues de les franges salarials més altes són les que presenten menors percentatges de participants que afirmen no dur mai a terme aquest tipus de pràctica: un 20,59% en el cas dels que cobren entre 35.001 i 50.000 euros bruts l'any, i un 22,67% entre els que cobren en 25.001 a 35.000. Per tant, es torna a observar com la possibilitat d'aconseguir un salari més torna a anar associada a la renúncia dels punts de vista propis.

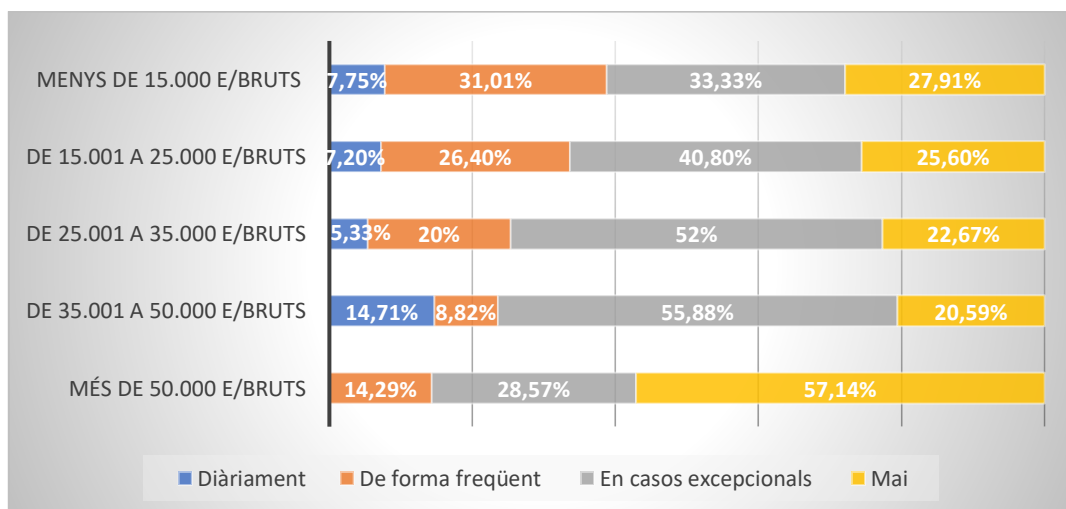
Si s'observa el supòsit de l'autolimitació (vegeu gràfic 115), es pot veure com la pràctica diària o freqüent és especialment elevada entre els professionals que cobren entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals (37,6%) i els que en perceben entre 35.001 i 50.000 (35,29%). Aquests darrers són, a més, els que presenten un menor percentatge d'enquestats que afirmen no fer-ho mai, amb només un 17,65%. En canvi, els participants que cobren per

sota els 15.000 euros bruts anuals, tot i arribar a un 34,61% de pràctica diària o freqüent, registren també el percentatge més elevat d'enquestats que neguen autolimitar-se mai, amb un 36,15%. Per tant, es conclou que l'autolimitació no està directament vinculada als salaris precaris, sinó que afecta més als col·lectius que estan intentant consolidar la seva posició i aquells que ja han aconseguit un bon salari.

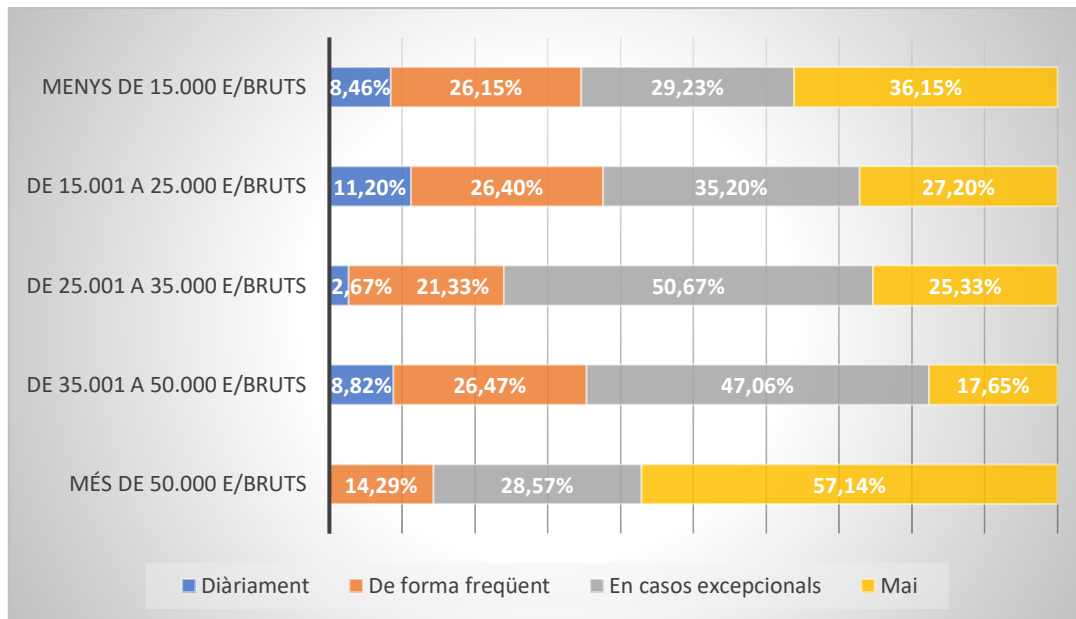
Gràfic 113. Publicació, modificació o eliminació d'informació per exigència d'un superior segons el salari



Gràfic 114. Publicació, modificació o eliminació d'informació per tal d'adequar-se a la línia editorial del mitjà segons el salari

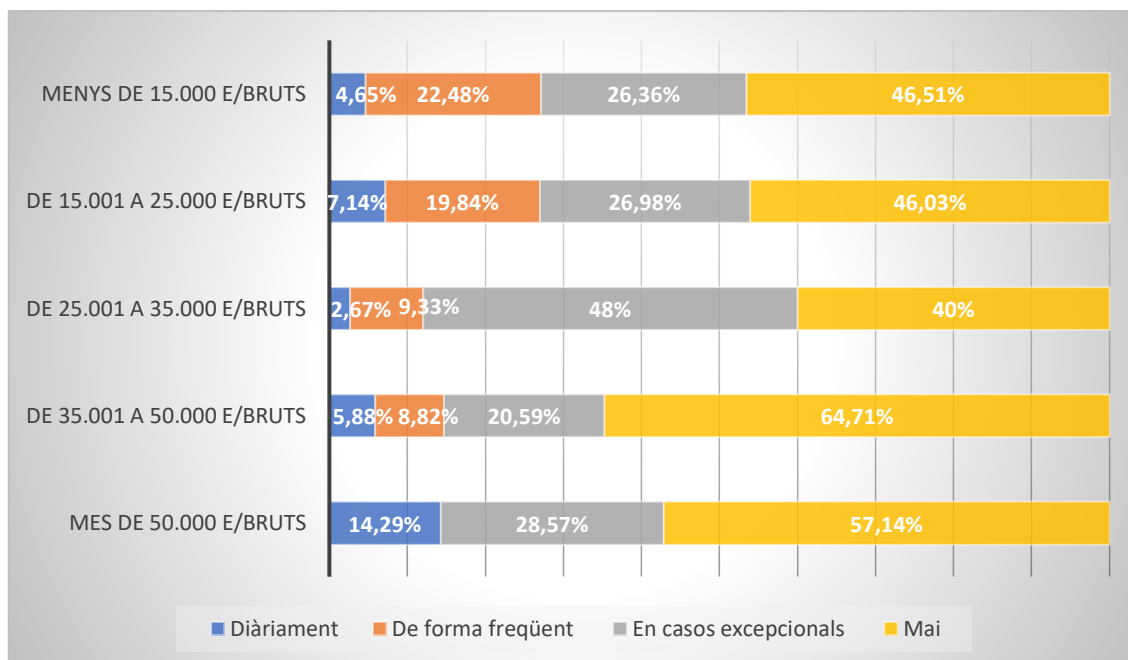


Gràfic 115. Autolimitació amb aquelles informacions que poden anar contra la línia editorial i/o els interessos econòmics del mitjà segons el salari



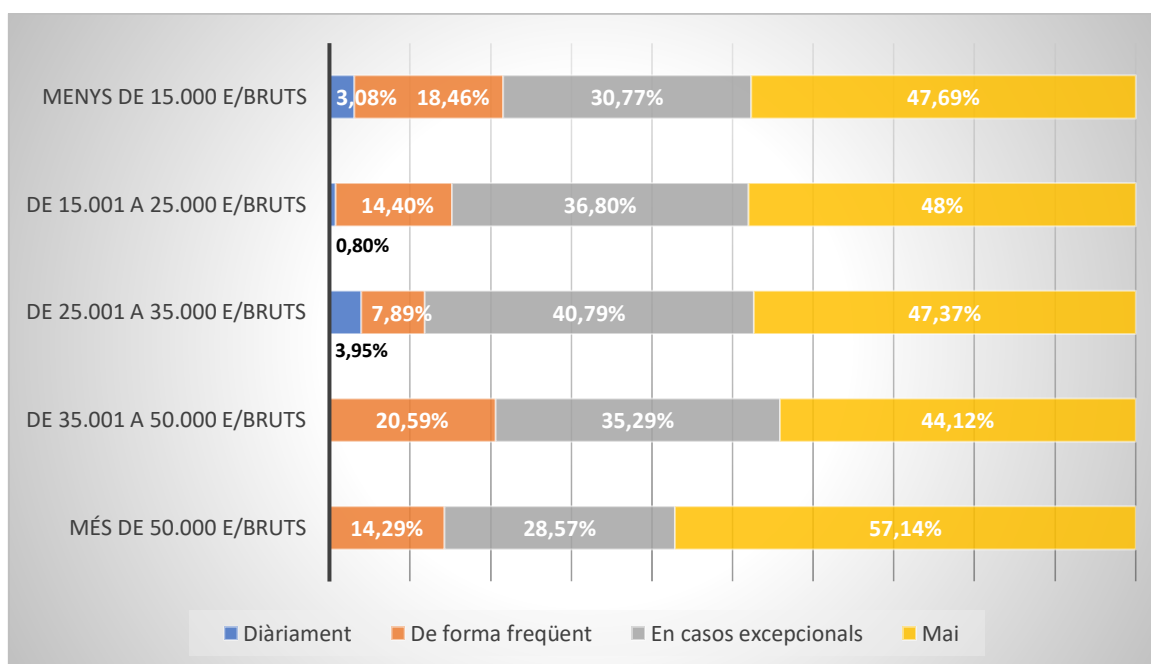
Pel que fa al quart supòsit, que és la publicació d'informacions que puguin beneficiar altres empreses i/o mitjans de comunicació amb els quals es té relació (vegeu gràfic 116), els enquestats que es troben en les dues franges més baixes -menys de 15.000 i entre 15.001 i 25.000 euros bruts anuals- són els que presenten majors percentatges de pràctica diària o freqüent, amb un 27,13% i un 26,98% respectivament. En canvi, els percentatges en les franges salarials superiors són més baixos, de manera que es pot considerar que la submissió davant dels conflictes d'interès és més habitual entre els col·lectius que pateixen una major precarietat econòmica, ja que són els que més abocats es veuen a la pluriocupació. Tot i això, destaca el fet que els participants que cobren més de 50.000 euros bruts anuals, que són els que disposen, amb diferència, d'una millor situació econòmica, presenten el percentatge més elevat de pràctica diària d'aquest supòsit, amb un 14,29%.

Gràfic 116. Publicació d'informacions que beneficiïn una altra empresa i/o mitjà de comunicació amb el qual es té relació segons el salari



Finalment, si s'observa la publicació de continguts que en realitat estan patrocinats, els percentatges són molt similars entre totes les franges salarials (vegeu gràfic 117). De fet, els professionals que cobren menys de 15.000 euros bruts anuals presenten un percentatge de pràctica diària o freqüent (21,54%) molt similar als que tenen un salari entre els 35.001 i 50.000 (20,59%), situat a la franja alta. A més, els percentatges de participants que afirmen no publicar mai aquest tipus de continguts són molt similars en totes les franges, situant-se generalment entre un 44 i un 48%. Per tant, es pot concloure que el salari no és una variable important a l'hora de determinar la publicació de continguts que en realitat són patrocinats, sinó que es tracta d'una pràctica igual d'estesa entre tots els participants. Això concorda amb el fet que, com s'ha vist prèviament, aquest tipus de pràctica és més habitual entre les categories superiors, des d'on s'estén cap a tota la resta.

Gràfic 117. Publicació de continguts que en realitat són patrocinats segons el salari



Com a conclusió, les dades permeten afirmar que un salari precari limita els professionals a l'hora de desenvolupar el principi de llibertat, ja que els enquestats que cobren menys de 15.000 euros bruts anuals són els que més sovint se sotmeten a les directrius dels seus superiors, els que més segueixen la línia editorial del mitjà on treballen, els que més pateixen els conflictes d'interès i els que més publiquen continguts de patrocinats, malgrat que en aquests darrers supòsits la diferència percentual respecte els altres col·lectius és tan baixa que no es pot tenir massa en compte. Tot i això, destaquen també els elevats percentatges de pràctica habitual entre algunes de les franges salarials més altes, especialment entre els que cobren de 25.001 a 35.000 i de 35.001 a 50.000 euros, que en el cas de l'autolimitació fins i tot es posen al capdavant de la classificació. Per tant, es pot comprovar com, igual que passava amb la categoria professional, els participants han de sacrificar part de la seva llibertat per tal d'assolir salaris més elevats.

4.3.2.2 Efectes sobre el principi de veritat

Cinc dels supòsits plantejats als participants en l'enquesta estan vinculats al principi de veritat: publicar informacions agafant com a criteri bàsic el nombre de visites o

l'audiència que aconseguiran; exagerar o fer més espectaculars les informacions; publicar notícies sense contrastar; utilitzar informacions procedents de comunicats de premsa, agències de notícies o altres mitjans sense citar-ne l'origen; i utilitzar procediments irregulars, com la falsificació d'identitat o càmeres ocultes, per obtenir informacions.

En aquest cas, els resultats mostren que en dos d'aquests supòsits hi ha més d'un 50% de participants que admeten portar-los a terme, sigui de forma diària, freqüent o excepcional (vegeu taula 4.38). Es tracta, en primer lloc, de la publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic el nombre de visites o l'audiència que aconseguiran, és a dir, l'anomenada pràctica del "clic-bait": un 70,81% admet haver-ho fet en alguna ocasió al llarg de la seva carrera professional, mentre que només un 29,17% afirma no haver-ho fet mai. Concretament, hi ha un 13,52% dels participants que sol realitzar aquesta pràctica cada dia, mentre que un 23,34% més ho fa de forma freqüent. Això significa que un 36,86% dels participants practica el clic-bait amb regularitat, mentre que un 33,95% més ho fa quan es plantegen situacions excepcionals.

El segon supòsit que genera un major percentatge, tot i que amb registres més reduïts, és l'ús d'informacions procedents de comunicats de premsa, agències de notícies o altres mitjans sense citar-ne l'origen, és a dir, el que es podria considerar plagi. En aquest cas, el percentatge de participants que admet haver copiat informacions en algun moment de la seva carrera professional és del 53,97%, mentre que un 46,01% assegura no haver-ho fet mai. En aquest cas, la xifra d'enquestats que ho fa diàriament se situa en un 10,63% i els que ho porten a terme de forma freqüent arriben fins a un 18,61%, el que significa que un 29,24% dels enquestats copia informacions de forma regular sense citar-ne la procedència. A aquesta xifra se li ha de sumar el 24,73% que ho fa en casos excepcionals.

Es pot concloure, doncs, que el clic-bait i la còpia d'informacions de les quals no se cita la procedència són els dos supòsits que més amenacen el principi de veritat. Respecte als altres tres, la xifra de participants que admet dur-los a terme se situa per sota del 50%, de manera que la seva amenaça per a la pràctica de la professió és menor. En el cas de l'exageració o espectacularització de les informacions, un 65,86% dels participants

afirma que no la practica mai, mentre que només 12,26% la porta a terme de forma diària o freqüent. Pel que fa a la publicació de notícies sense contrastar, un 71,84% dels enquestats garanteix que no ho fa mai, mentre que només un 8,3% ho fa cada dia o de forma habitual. Finalment, el supòsit que els participants menys admeten dur a terme és l'ús de procediments irregulars, com la falsificació d'identitats o l'ús de càmeres ocultes, per obtenir informació, ja que fins a un 91,73% nega haver-ho fet mai.

Taula 4.38 Supòsits vinculats al principi de veritat

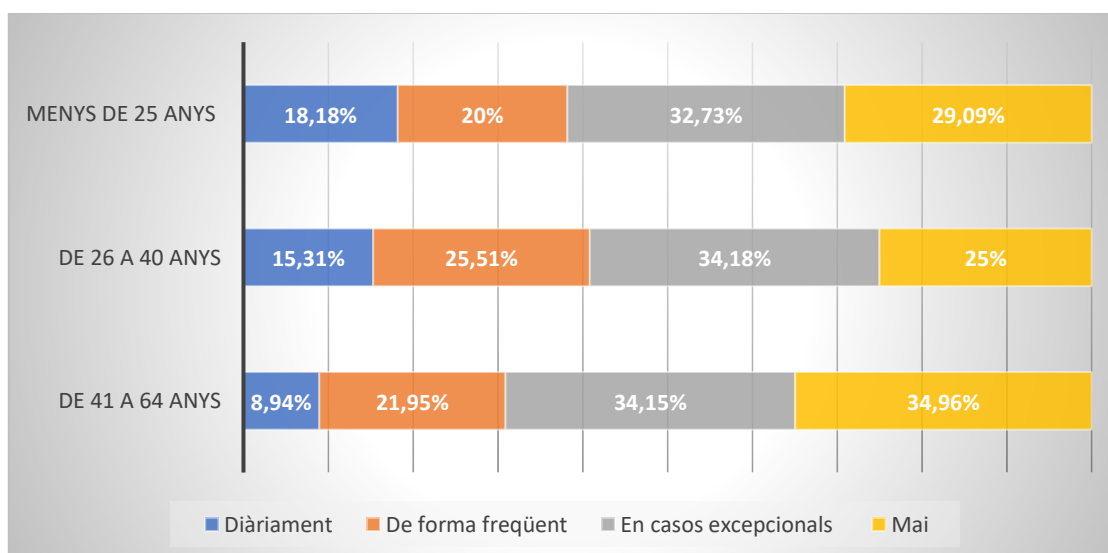
SUPÒSIT	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai	TOTAL
Publicar informacions agafant com a criteri bàsic el nombre de visites o l'audiència que s'aconseguirà	51 (13,52%)	88 (23,34%)	128 (33,95%)	110 (29,17%)	377 (100%)
Exagerar o fer més espectaculars les informacions	16 (4,26%)	30 (8%)	82 (21,86%)	247 (65,86%)	375 (100%)
Publicar notícies sense contrastar	9 (2,41%)	22 (5,89%)	74 (19,83%)	268 (71,84%)	373 (100%)
Utilitzar informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen	40 (10,63%)	70 (18,61%)	93 (24,73%)	173 (46,01%)	376 (100%)
Utilitzar procediments irregulars, com falsificació d'identitat o càmeres ocultes, per obtenir informació	4 (1,06%)	4 (1,06%)	23 (6,13%)	344 (91,73%)	375 (100%)

a) Els joves, més proclius al clic-bait i la còpia

La variable d'edat permet observar que el col·lectiu més precari -en aquest cas, els menors de 25 anys- presenta els percentatges més alts de pràctica diària del clic-bait i la còpia d'informacions, però quan s'hi sumen els professionals que admeten fer-ho de forma freqüent es redueixen les diferències entre les tres franges i totes tres presenten xifres molt similars. Els majors de 65 anys no s'han tingut en compte perquè han registrat menys de deu respostes.

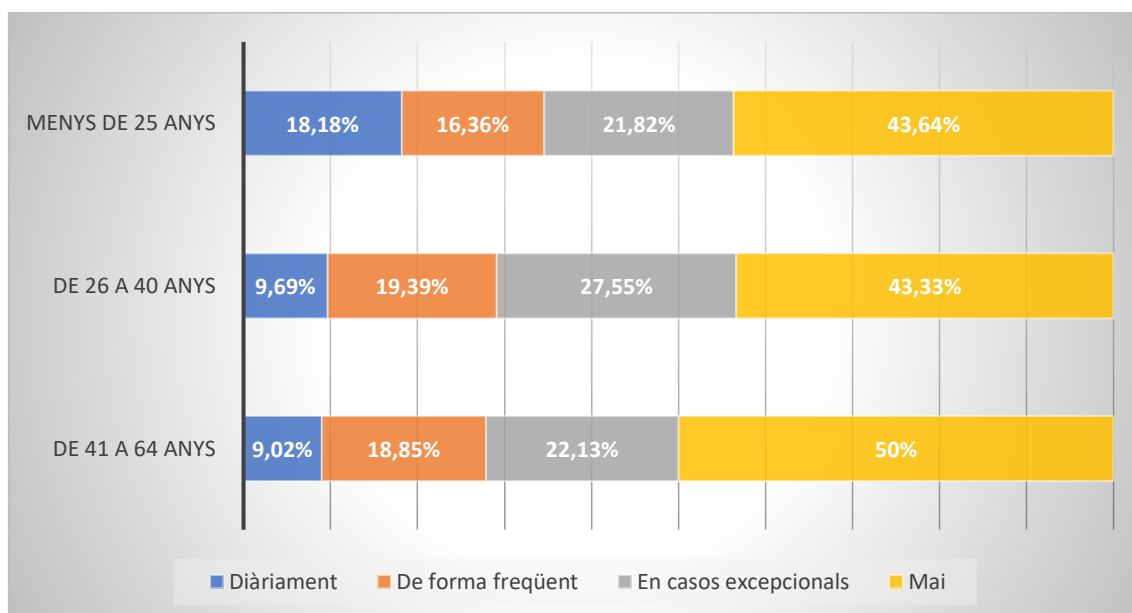
Els menors de 25 anys són el col·lectiu que més porta a terme el clic-bait de forma diària (vegeu gràfic 118), amb un 18,18%, una xifra superior al 15,31% del grup d'entre 26 i 40 anys i al 8,94% dels que en tenen entre 41 i 64. Aquesta xifra es pot explicar, en part, perquè els periodistes més joves ocupen un major nombre de llocs de treball en mitjans digitals, que com es veurà són els que més utilitzen el clic-bait. Tanmateix, si a aquestes dades se'ls afegixen els participants que ho realitzen de forma freqüent, la primera posició correspon al col·lectiu d'entre 26 i 40 anys, amb un 40,82%. Com s'ha vist prèviament, aquest grup inclou professionals que estan en procés de consolidació laboral i que ja han manifestat fer renúncies relacionades amb el principi de llibertat. En aquest cas, el període d'estabilització també va associat a una major pràctica del clic-bait.

Gràfic 118. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons l'edat



Pel que fa a l'ús d'informacions copiades de comunicats de premsa, agències de notícies o altres mitjans sense citar-ne l'origen, de nou són els menors de 25 anys -i per tant els més precaris- els que porten a terme aquesta pràctica de forma més habitual (vegeu gràfic 119). Igual que passa en el cas del clic-bait, el percentatge de pràctica diària entre els periodistes més joves és clarament superior al dels col·lectius més veterans (un 18,18% davant d'un 9,69% en el cas dels 26-40 anys i un 9,02% entre els majors de 41). En aquest cas, però, el percentatge global de pràctica diària o freqüent continua essent més elevat en el cas dels treballadors menors de 25 anys (un 34,54%), i lleugerament inferior en les franges dels 26 als 40 anys (29,05%) i dels 41 als 64 (27,87%). Per tant, sí que es pot establir una relació directa entre la precarietat laboral i la còpia d'informacions.

Gràfic 119. Còpia d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons l'edat



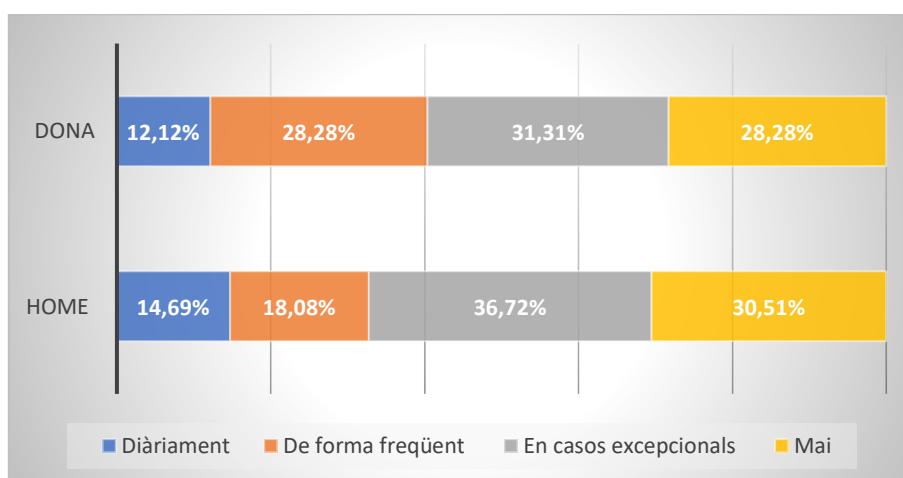
Amb relació a l'edat es pot concloure, doncs, que el col·lectiu més precari -els més joves- és el que posa en risc de forma més habitual el principi de veritat a través del clic-bait i el plagi. Tot i això, és necessari destacar que aquest tipus de pràctiques també són força habituals en el grup dels 26 als 40 anys d'edat, que correspon als professionals que estan intentant consolidar la seva posició, i són una mica inferiors en el cas dels 41 als 64 anys, tot i que continuen existint.

b) La variable de gènere, sense influència

Malgrat que, com s'ha comprovat prèviament, les dones pateixen unes condicions laborals generalment més precàries que els homes -sobretot en forma de salaris més baixos i una menor estabilitat-, aquesta precarietat no disminueix el seu compromís amb el principi de veritat, ja que si s'observa el percentatge de pràctica del clic-bait i el plagi les xifres són bastant similars entre els dos gèneres.

Pel que fa al clic-bit o la lluita per l'audiència (vegeu gràfic 120), el percentatge de dones que el practiquen diàriament (12,12%) és inferior al d'homes (14,69%), malgrat que elles són les més precàries. Tot i això, si s'hi sumen les respostes dels participants que admeten dur-ho a terme de forma freqüent, les dones sí que són majoritàries: hi ha un 40,48% de dones que ho fan cada dia o de forma habitual, davant d'un 32,27% d'homes. Tot i això, el percentatge dels enquestats que neguen fer-ho mai és molt similar en el cas de les dones (28,28%) que els homes (30,51%), de manera que no es poden establir diferències notables.

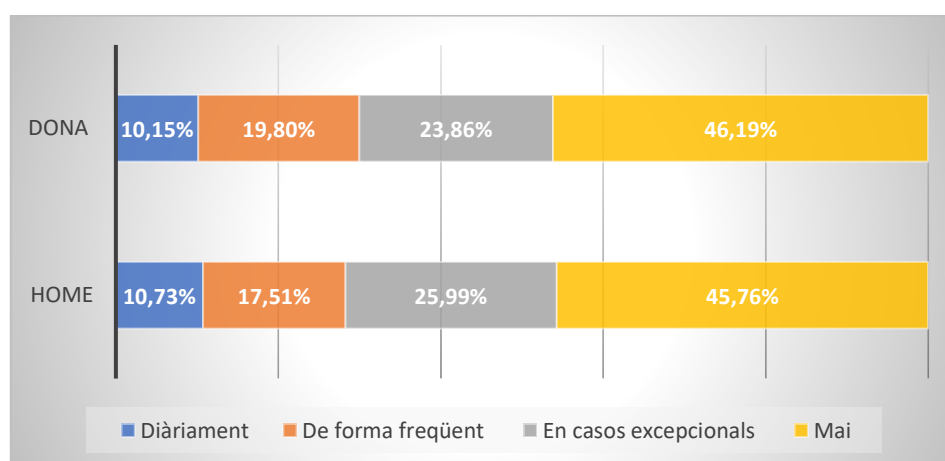
Gràfic 120. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el gènere



Si s'observa la còpia d'informacions sense citar-ne la procedència (vegeu gràfic 121), els percentatges són pràcticament idèntics en totes les respostes: un 10,15% de les dones i un

10,73% dels homes ho fan cada dia; un 19,8% de dones i un 17,51% d'homes ho realitza de forma freqüent i un 23,86% de dones i un 25,99% d'homes ho accepta en casos excepcionals. Com a conseqüència, el percentatge de participants que neguen fer-ho en cap ocasió és també extremadament similar: un 46,19% en el cas de les dones i un 45,76% en el cas dels homes.

Gràfic 121. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el gènere



Per tant, en aquesta variable es pot concloure que, malgrat la influència que té la variable de gènere en la precarietat, aquesta no es reflecteix amb relació al clic-bait i el plagi, ja que els comportaments d'homes i dones davant d'aquests supòsits són estadísticament molt similars.

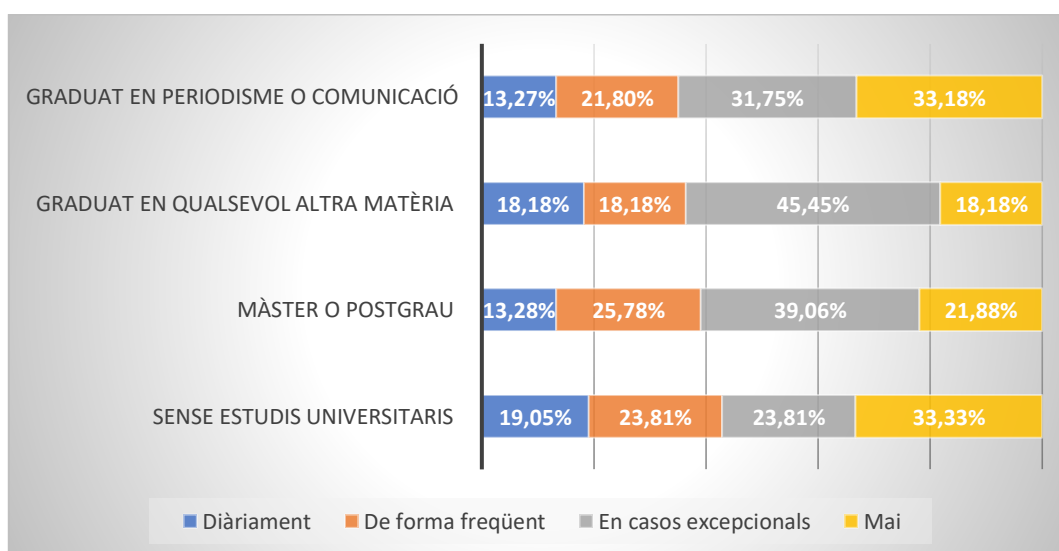
c) La importància de la formació especialitzada

La variable del nivell d'estudis permet establir que la formació especialitzada genera un major respecte pels dos supòsits relacionats amb el principi de veritat, especialment en el cas del clic-bait: els participants que no tenen estudis universitaris o que compten amb titulacions no relacionades amb el Periodisme ni la comunicació presenten un percentatge de pràctica diària del clic-bait superior als que estan més especialitzats -és a dir, formats en Periodisme o comunicació- i als que compten amb una major formació (màster o postgrau), malgrat que aquests dos darrers col·lectius són més precaris (vegeu gràfic 122).

Pel que fa a la còpia d'informacions sense citar, també es confirma que els graduats en altres matèries són els que més sovint el porten a terme; en aquest cas, amb molta diferència respecte a la resta (vegeu gràfic 123).

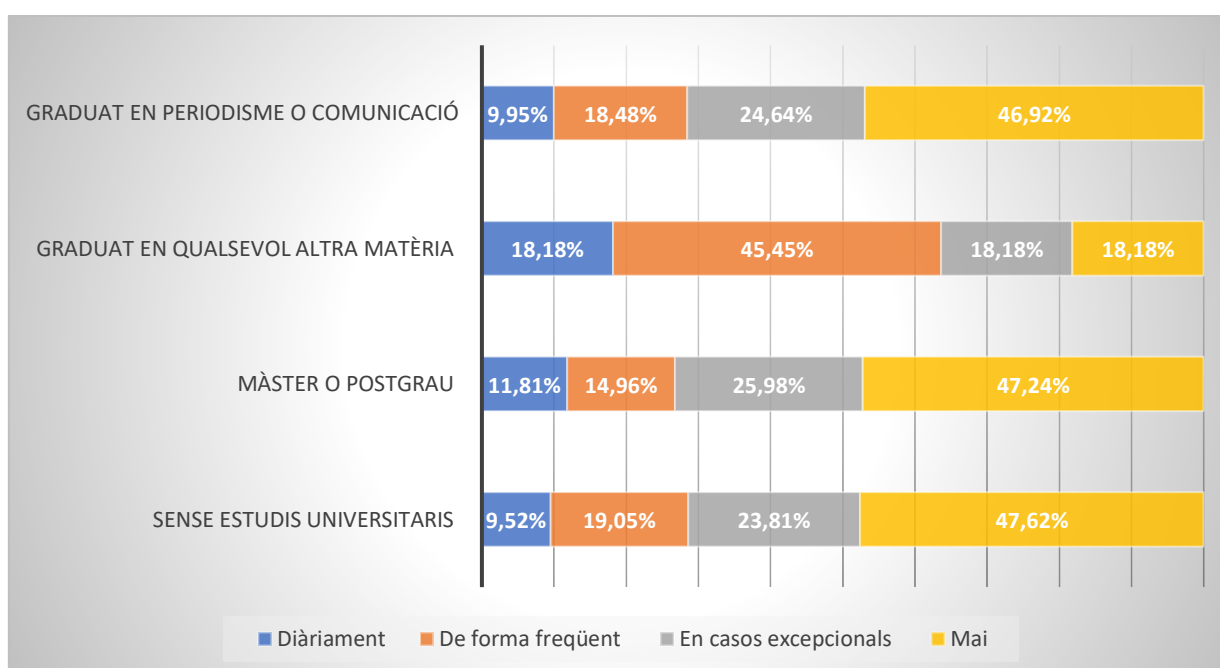
Les dades indiquen que els participants que no tenen estudis universitaris, amb un 19,05%, i els graduats en altres matèries que no estan relacionades amb el Periodisme ni la Comunicació, amb un 18,18%, són els que més practiquen el clic-bait de forma diària. En canvi, la xifra baixa fins a un 13,27% en el cas dels graduats en Periodisme o Comunicació i a un 13,28% entre els que disposen de màster o postgrau. Per tant, en aquest sentit es pot establir que una formació superior o més especialitzada condueix a una millor pràctica de la professió. Tot i això, cal tenir en compte que, si s'hi afegeixen els que ho fan de forma freqüent, els participants que no tenen estudis universitaris segueixen presentant el major percentatge de clic-bait (42,86%), però el segon lloc correspon als que tenen màster o postgrau (39,36%). En aquest cas, s'ha de tenir en compte que es tracta d'un col·lectiu majoritàriament jove i àmpliament ocupat en mitjans digitals, que com es veurà són els que més porten a terme aquesta pràctica. Per tant, tot indica que, malgrat tenir una elevada formació, en algunes ocasions els participants no poden evitar caure en la pràctica del clic-bait.

Gràfic 122. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtidran segons el nivell d'estudis



Pel que fa a la còpia d'informacions sense citar, el principal percentatge de pràctica diària el registra, de nou, el col·lectiu de graduats en matèries que no són Periodisme ni Comunicació, amb un 18,19%. Si a més s'hi sumen els que ho practiquen de forma freqüent, el percentatge es dispara fins a un 63,63%, fet que el converteix, amb diferència, en el grup que més porta a terme aquesta pràctica. En la resta de casos -graduats en Periodisme, màster o postgrau i sense estudis universitaris-, els percentatges es mantenen molt similars, de manera que no hi ha diferències destacables.

Gràfic 123. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el nivell d'estudis



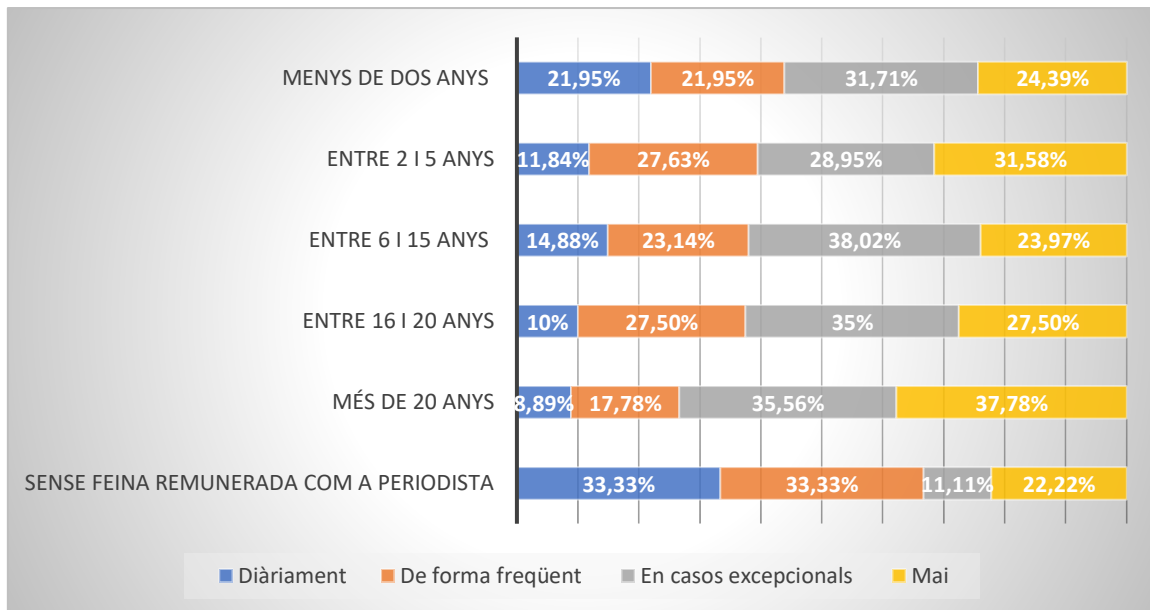
La variable del nivell d'estudis permet constatar que, tot i que els titulats en Periodisme o Comunicació i els participants que tenen màster o postgrau pateixen unes condicions de treball més precàries, són els que mostren un major respecte als dos supòsits vinculats al principi de veritat. Per tant, en aquest cas es pot concloure que una formació més especialitzada, malgrat no garantir unes millors condicions de treball, sí que comporta una menor vulneració del principi de veritat.

d) La falta d'experiència, clau però no determinant

La variable dels anys d'experiència professional permet confirmar algunes de les tendències observades amb relació a l'edat. El col·lectiu amb menys experiència -menys de dos anys-, que és el més jove i precari, és el que més practica el clic-bait de forma diària, tot i que si s'hi sumen els que ho fan de forma freqüent els percentatges són bastant similars en tots els intervals fins als 20 anys. A partir de llavors, la pràctica és menor (vegeu gràfic 124). En el cas de la còpia d'informacions sense citar, els participants amb menys experiència tornen a ser els que presenten un major percentatge de pràctica diària (21,95%), mentre que el segon lloc l'ocupen els participants que porten entre 6 i 15 anys i que per tant es troben en ple període de consolidació laboral (vegeu gràfic 125). Tot i això, també destaca el fet que, si se sumen els participants que ho fan de forma diària i els que ho practiquen de forma freqüent, el principal percentatge correspon al grup d'entre 16 i 20 anys d'experiència, és a dir, un dels més veterans i menys precaris.

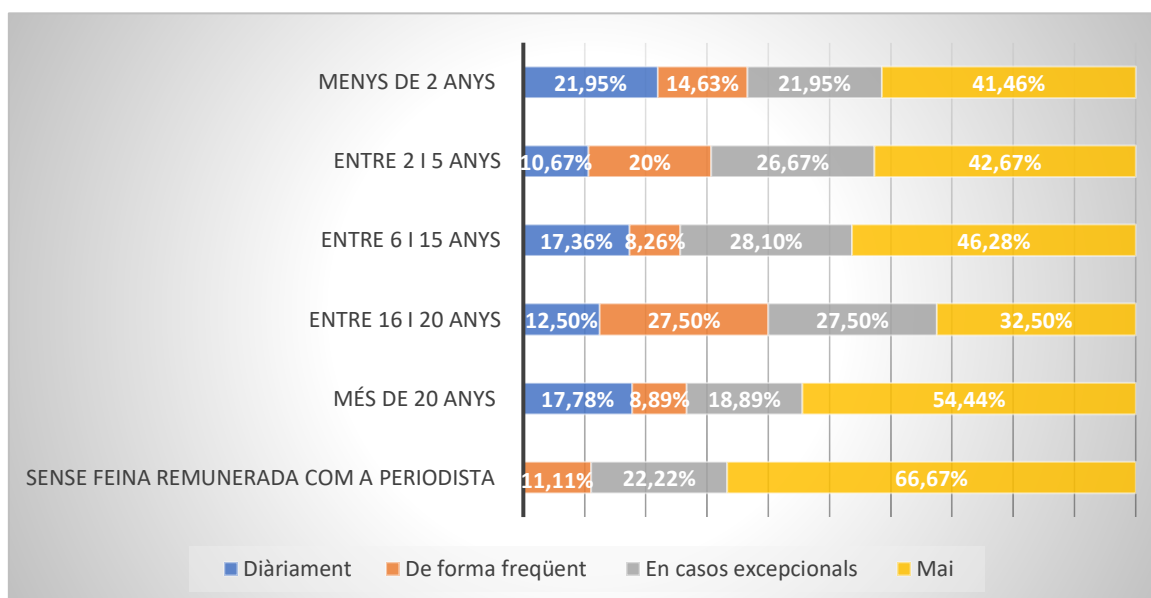
La pràctica diària del clic-bait és més habitual entre els participants que tenen menys de dos anys d'experiència -i que per tant són més joves i precaris-, amb un percentatge que se situa en el 21,95%. Igual que succeeix amb l'edat, s'ha de tenir en compte que bona part d'aquest col·lectiu treballa en mitjans digitals, on aquest tipus de pràctica és més habitual. Tot i això, el segon col·lectiu amb un percentatge més elevat de pràctica diària correspon als professionals que tenen entre 6 i 15 anys d'experiència, amb un 14,88%, que com s'ha vist experimenten situacions laborals encara precàries però que es troben en procés per estabilitzar-se. També crida l'atenció el fet que els percentatges conjunts de pràctica diària i freqüent son bastant similars en totes les franges d'experiència: un 43,9% entre els que porten menys de dos anys en la professió, un 39,47% en el cas dels que hi porten entre 2 i 5 anys, un 42,51% entre els 6 i els 15 anys i un 37,5% entre els 16 i els 20 anys. Només a partir de les dues dècades d'experiència la pràctica regular del clic-bait decau de forma substancial, fins a un 26,67%, tot i que aquest fenomen es pot atribuir, en part, al fet que en aquesta franja d'edat hi ha pocs participants que es dediquin al periodisme digital.

Gràfic 124. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons els anys d'experiència professional



En el cas de la còpia d'informacions sense citar, es poden establir alguns paral·lelismes amb el clic-bait, ja que el col·lectiu amb menys de dos anys d'experiència també és el que més el practica de forma diària (21,95%), mentre que el segon lloc el comparteixen els que porten més de vint anys en la professió (17,78%) i els que en porten entre 6 i 15 (17,36%). Tot i això, si se sumen els participants que practiquen la còpia d'informacions diàriament i els que ho fan de forma freqüent, és un dels col·lectius més veterans, el d'entre 16 i 20 anys, el que obté clarament un major percentatge, amb un 40%. Aquest grup, que com s'ha vist correspon majoritàriament a càrrecs de responsabilitat, és també el que inclou menys participants que afirmen no haver copiat mai informacions sense citar (només un 32,5%). Per tant, es pot comprovar que, malgrat que els més joves i precaris són els que més copien informacions de forma diària, un dels col·lectius amb més responsabilitat, el de 16 a 20 anys, és el que més ho porta a terme de forma regular.

Gràfic 125. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons els anys d'experiència professional



Per tant, la variable dels anys d'experiència permet corroborar que, igual que succeeix amb l'edat, les pràctiques del clic-bait i la còpia d'informacions sense citar són especialment habituals entre el col·lectiu més jove i precari -en aquest cas, els que porten menys de dos anys en la professió-, però també són freqüents entre col·lectius amb més experiència i millors condicions laborals.

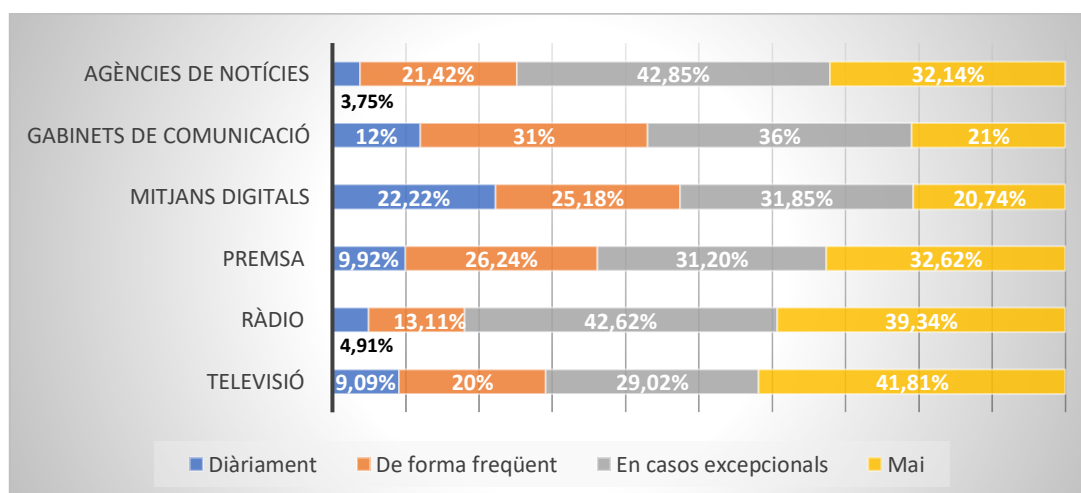
e) Els riscos dels mitjans digitals

Si s'observen les respostes vinculades al tipus de mitjà, queda clar que els treballadors de mitjans digitals -que com s'ha vist tenen un menor grau d'estabilitat i els salaris més baixos- són els que practiquen més freqüentment el clic-bait (vegeu gràfic 126), tot i que això també es pot atribuir a la pròpia naturalesa d'aquests mitjans, que es financen gràcies a anunciants atrets pel seu nombre de lectors. Pel que fa a la còpia d'informacions sense citar, el primer lloc en la pràctica diària també correspon als treballadors de mitjans digitals, tot i que els empleats d'emissores de ràdio també presenten un elevat percentatge de pràctica regular (vegeu gràfic 127).

Els mitjans digitals, amb un 22,22%, tenen el percentatge més alt de participants que practiquen el clic-bait de forma diària. Aquest resultat es pot relacionar amb les dades obtingudes a partir de les variables de l'edat i els anys d'experiència professional, ja que en el sector digital és on treballa un major nombre de participants joves i amb poca experiència. En conjunt, el nombre d'enquestats de mitjans digitals que practica el clic-bait de forma diària o freqüent arriba fins a un 47,4%, és a dir, pràcticament la meitat. Aquest fet permet confirmar que el clic-bait i la lluita per l'audiència estan especialment estesos en aquest àmbit, que, com s'ha assenyalat, és també el més precari.

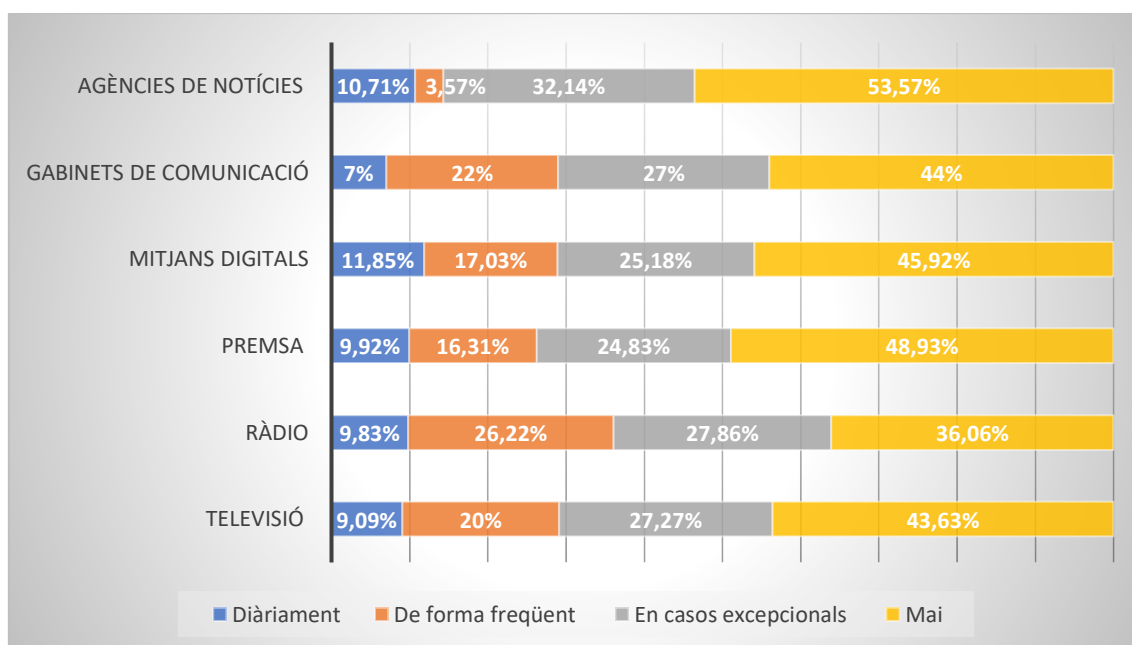
En segon lloc es troben els gabinets de comunicació, amb un 12% de participants que practiquen el clic-bait cada dia i un 31% de forma freqüent. Aquest resultat es pot atribuir, tanmateix, al fet que aquests treballadors responen a dinàmiques deontològiques i professionals diferents a les dels mitjans de comunicació. En el terme mig hi ha la premsa i la televisió i, a l'extrem contrari, els sectors on el clic-bait i la lluita per l'audiència són menys habituals són la ràdio i les agències de notícies, ambdós amb percentatges de pràctica diària per sota del 5%. Aquests baixos resultats es poden explicar, en el cas de les agències, perquè no depenen directament del nombre de lectors per al seu finançament, mentre que en el cas de la ràdio s'ha de tenir en compte el pes de les emissores públiques, destinades a oferir servei públic independentment del nombre d'oients.

Gràfic 126. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el tipus de mitjà



Pel que fa a la còpia d'informacions sense citar-ne la procedència, les dades mostren, de nou, que els treballadors dels mitjans digitals són els que tenen un percentatge més alt de pràctica diària, amb un 11,85%, seguits de molt a prop per les agències de notícies, amb un 10,71%. Tot i això, si es tenen en compte conjuntament els que manifesten fer-ho cada dia i els que ho porten a terme de forma freqüent, el principal percentatge correspon a la ràdio, amb un 36,05%. En aquest cas, cal recordar que existeixen importants diferències en les condicions laborals entre les emissores públiques i privades, fet que pot condicionar la manera de treballar dels seus empleats. Mentrestant, els mitjans digitals se situen lleugerament per sota, amb un 28,88%, pràcticament el mateix percentatge que obtenen els gabinets de comunicació (29%). En canvi, els treballadors d'agències de notícies són els que registren un major percentatge de participants que neguen haver-ho fet mai, amb un 53,57%. Aquesta, de fet, l'única tipologia de mitjà on el percentatge de treballadors que nega practicar el plagi supera el 50%.

Gràfic 127. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el tipus de mitjà



Així doncs, es pot concloure que els treballadors de mitjans digitals, que són els més precaris, són també els que posen més sovint en risc el principi de veritat a través del clic-

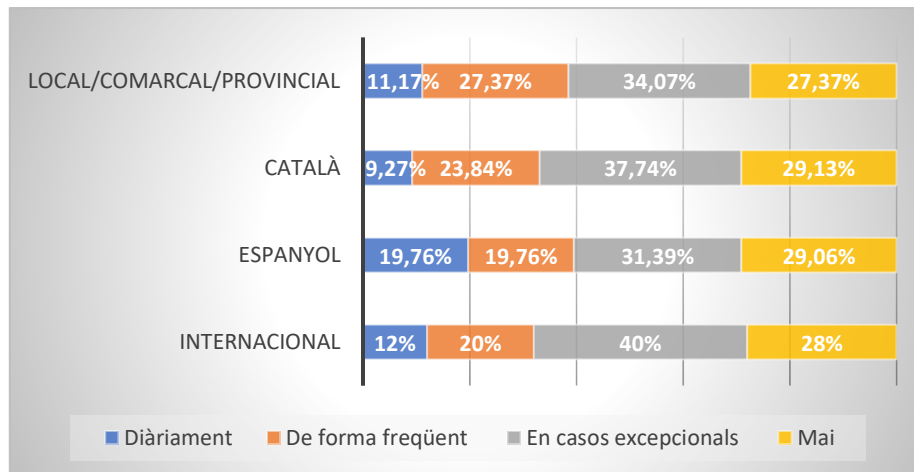
bait i la còpia d'informacions sense citar. Així, es pot establir, de nou, una relació entre precarietat laboral i ètica periodística, tot i que en aquest cas també s'han de tenir en compte les característiques pròpies del mitjà, com per exemple la seva fórmula de finançament a partir del nombre de lectors.

f) El periodisme de proximitat, més exposat

Des de la perspectiva de l'àmbit territorial, el col·lectiu més precari, que correspon als participants que treballen en mitjans de proximitat (locals, comarcals o provincials), és també el que presenta uns majors índexs de còpia d'informacions sense citar-ne l'origen (vegeu gràfic 128). En canvi, en el cas de la publicació d'informacions pensant només en l'audiència o el nombre de lectors que s'obtindran, són els periodistes que treballen en mitjans d'àmbit espanyol -on, com s'ha vist, hi ha poca estabilitat però uns salaris més satisfactoris- els que presenten un percentatge més elevat de pràctica diària, mentre que els periodistes de mitjans de proximitat ocupen la segona posició (vegeu gràfic 129).

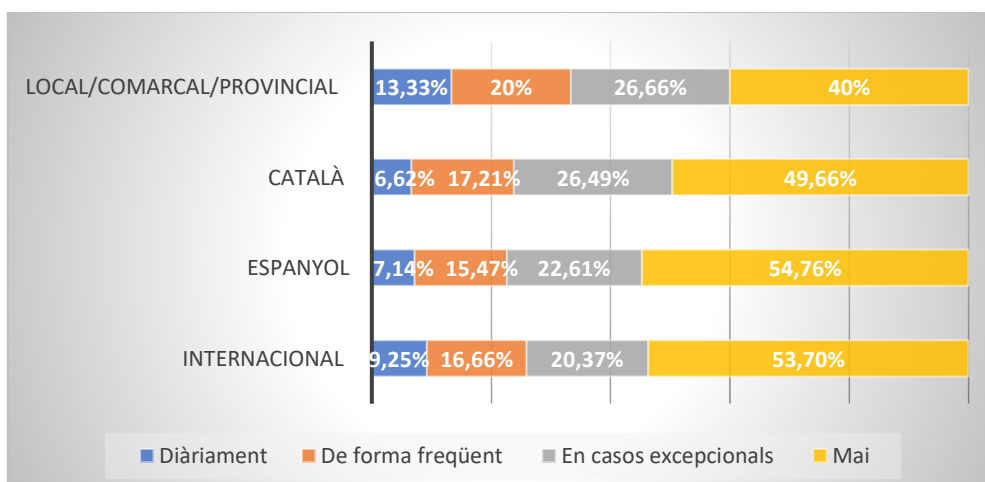
La pràctica del clic-bait, doncs, és més habitual entre els treballadors de mitjans d'abast espanyol, ja que un 19,76% afirma fer-ho cada dia i un 19,76% de forma freqüent. En global, doncs, un 39,52% dels enquestats que treballen per a aquest tipus de mitjans afirmen dur a terme aquesta pràctica de forma habitual, fet que no es pot atribuir a la precarietat perquè aquest col·lectiu està relativament satisfet amb les seves condicions laborals, especialment econòmiques. Molt a prop, però, se situen els treballadors de mitjans locals, que sí que són els més precaris, amb un percentatge de pràctica diària de l'11,17% i un 27,37% de pràctica freqüent, el que dona un global d'un 38,54% que ho practica de forma habitual. La diferència entre els dos col·lectius, doncs, és mínima, mentre que els percentatges baixen en el cas dels mitjans d'àmbit català i internacional.

Gràfic 128. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtidran segons l'àmbit territorial



Amb relació a l'ús d'informacions procedents de comunicats de premsa, agències de notícies o altres mitjans sense citar-ne l'origen, la relació amb la precarietat s'estableix de forma més clara, ja que el col·lectiu més precari, que són els treballadors de mitjans locals, té els majors índexs de pràctica habitual: un 13,33% ho fa cada dia i un 20% de forma freqüent, el que dona com a resultat un 33,33% de pràctica habitual. De fet, també és el grup que compta amb un menor percentatge de participants que afirma no fer-ho mai, amb només un 40%. En la resta d'àmbits territorials, els percentatges són inferiors.

Gràfic 129. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons l'àmbit territorial



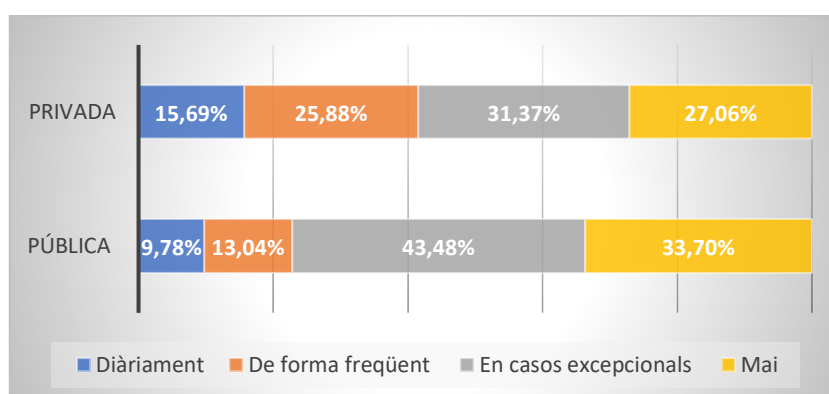
L'anàlisi de l'àmbit territorial, doncs, permet establir de nou una relació directa entre els treballadors més precaris -en aquest cas, els dels mitjans de proximitat- i una major freqüència de les pràctiques del clic-bait i la còpia d'informacions sense citar. En el cas dels treballadors de mitjans d'abast espanyol, el percentatge també és elevat, mentre que els empleats de mitjans d'àmbit català i internacional presenten índexs molt menors.

g) Influència relativa de la titularitat de l'empresa

Observant la titularitat de l'empresa, es comprova com els participants que treballen per al sector privat practiquen de forma més habitual el clic-bait que els treballadors públics (vegeu gràfic 130). Aquest resultat no és sorprenent si es té en compte que els mitjans privats es financen a través dels seus lectors i els anunciants, de manera que han de captar més audiència. En canvi, pel que fa a la còpia d'informacions sense citar, els percentatges estan més equilibrats, i fins i tot són superiors en els mitjans públics (vegeu gràfic 131).

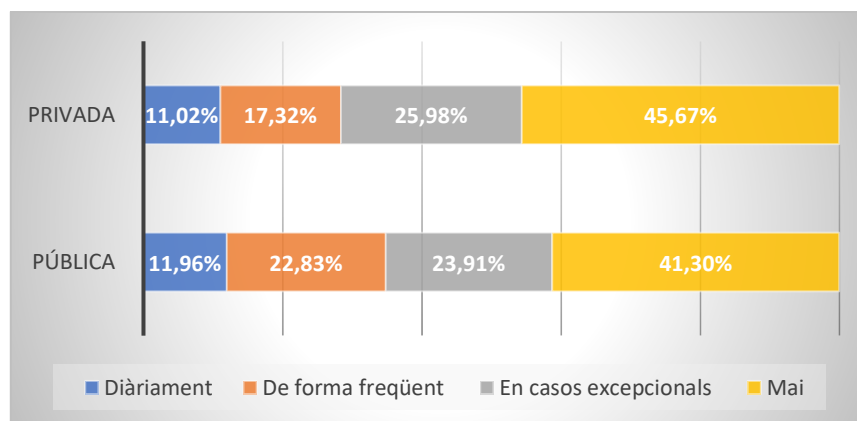
Els participants que treballen per a empreses privades -que, com s'ha vist, pateixen unes condicions més precàries- són els que es veuen més abocats al clic-bait de forma habitual. Un 15,69% el practica cada dia i un 25,88% de forma freqüent, mentre en el cas dels treballadors públics els percentatges es redueixen a un 9,78% i un 13,04% respectivament. Per contra, una xifra més elevada d'empleats públics (un 33,7%) afirma no fer-ho mai, mentre que en el cas dels treballadors privats aquesta xifra cau fins a un 27,06%.

Gràfic 130. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons la titularitat de l'empresa



En canvi, si s'observen les dades referents a la còpia d'informacions sense citar-ne l'origen, es pot comprovar com les diferències entre el sector públic i el privat són mínimes, i de fet, els treballadors públics fins i tot estan per sobre: només un 28,52% dels treballadors privats porten a terme aquesta pràctica de forma diària o freqüent, mentre que en el cas dels públics la xifra creix fins a un 34,79%. Per contra, si es mira el percentatge de participants que afirmen no fer-ho mai, també és superior en el cas del sector privat (45,67%) que en el públic (41,3%).

Gràfic 131. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons la titularitat de l'empresa



Per tant, l'anàlisi de la titularitat de l'empresa permet concloure que el clic-bait és practicat de manera més habitual entre els treballadors de mitjans privats, de manera que sí que es pot establir una relació clara amb la precarietat. En canvi, en la còpia d'informacions sense citar la precarietat no hi juga un paper rellevant, ja que les diferències entre sector públic i privat són més petites i fins i tot els índexs són superiors entre el sector públic, que és el que ostenta millors condicions de treball.

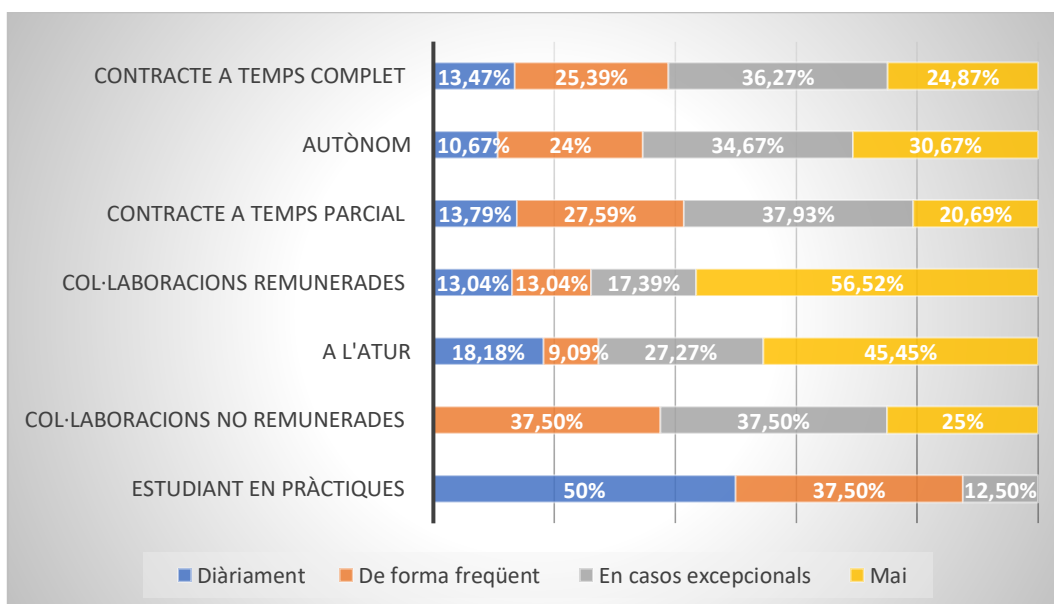
h) Més “costos ètics” de tenir contracte

Observant la variable de la situació laboral, es pot comprovar com aquells participants que tenen un contracte laboral - sigui a temps complet o a temps parcial- practiquen més sovint el clic-bait i la còpia d'informacions sense citar que no pas aquells que es troben

en situacions més inestables, com els autònoms o els col·laboradors. Tot i això, el primer lloc en ambdós casos l'ocupen els estudiants amb pràctiques, amb una clara diferència.

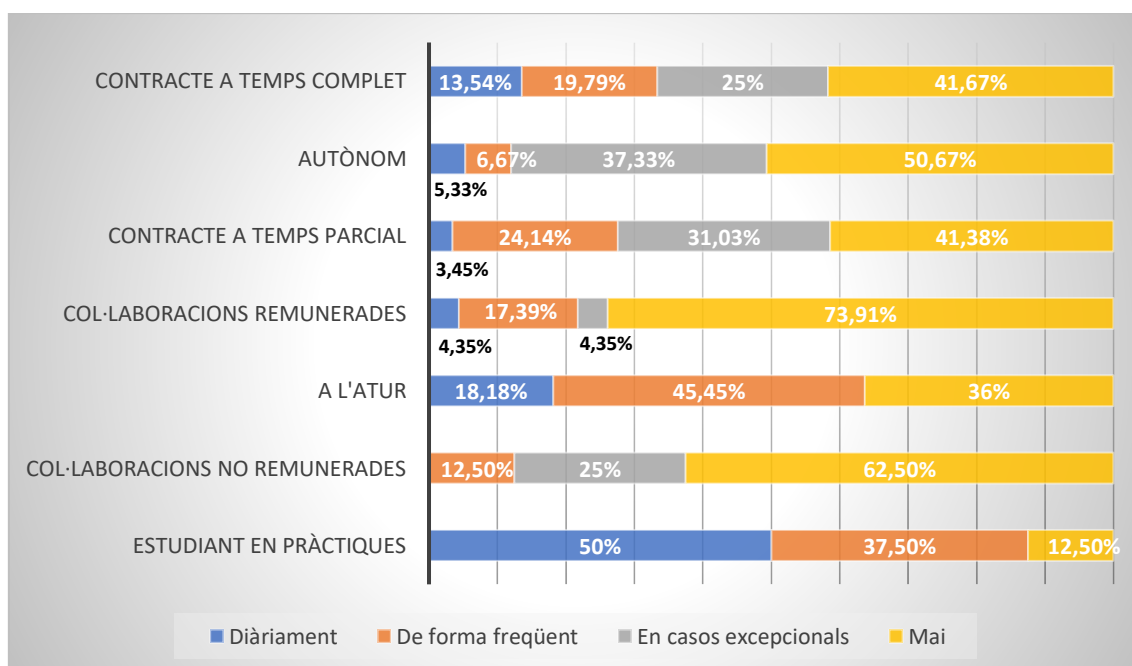
Pel que fa al supòsit d'escriure informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran (vegeu gràfic 132), el col·lectiu que presenta un índex més elevat és el d'estudiants en pràctiques: un 50% ho fa cada dia i un 37,5% més ho realitza de forma freqüent. En aquest cas, s'ha de tornar a tenir en compte que es tracta d'un col·lectiu majoritàriament jove i amb poca experiència, que està en període de formació i que a més sovint troba ocupació en mitjans digitals, que com s'ha vist són els que porten a terme més sovint aquesta pràctica. Tanmateix, més enllà dels estudiants destaca el fet que els treballadors amb una situació més estable -és a dir, que tenen contracte laboral- realitzen més sovint aquest tipus de pràctiques que aquells que són autònoms o fan col·laboracions, tant remunerades com no remunerades. D'aquesta manera, un 38,86% dels treballadors a temps complet i un 41,38% dels que tenen contracte a temps parcial practiquen el clic-bait de forma diària o freqüent, mentre que en el cas dels autònoms el percentatge se situa en un 34,67% i en el dels que realitzen col·laboracions remunerades, en un 26,08%.

Gràfic 132. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons la situació laboral



En el cas de la còpia d'informacions sense citar-ne l'origen (vegeu gràfic 133), el patró de comportament és molt similar. Una vegada més, els estudiants en pràctiques són els que més porten a terme aquest tipus de pràctica, exactament amb els mateixos percentatges que el clic-bait: un 50% ho fa cada dia i un 37,5% de forma freqüent. Però també en aquest cas, els participants que disposen d'una situació laboral més estable - amb contracte- presenten percentatges més elevats que aquells que són autònoms o col·laboradors. En aquest cas, un 33,33% dels enquestats contractats a temps complet i un 27,59% dels que tenen contracte a temps parcial porten a terme la còpia de forma diària o freqüent, mentre que els percentatges decauen fins a un 12% en el cas dels autònoms i un 21,74% en el cas dels col·laboradors remunerats. Pel que fa als col·laboradors no remunerats i a aquells que estan a l'atur, els seus percentatges no es consideren determinants perquè no es pot considerar que estiguin portant a terme una pràctica habitual del periodisme.

Gràfic 133. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons la situació laboral



L'anàlisi de la variable de la situació laboral permet arribar a la conclusió que una major estabilitat laboral no garanteix un major respecte per al principi de veritat, sinó fins i tot

el contrari: aquells que gaudeixen de contractes laborals, ja sigui a temps complet o parcial, practiquen més sovint el clic-bait i la còpia d'informacions sense citar-ne la procedència que no pas aquells que són autònoms o realitzen col·laboracions. Una explicació a aquest fet pot ser que, com s'ha vist a la taula 4.20, tenir un contracte laboral és causa de satisfacció entre els participants -especialment si és a temps complet-, però en canvi no tothom el pot aconseguir: només un 50% dels participants té un contracte a temps complet i un 7,6% a temps parcial, de manera que la resta es troba en situacions inestables. Per tant, la dificultat intrínseca que comporta aconseguir un contracte laboral pot fer que aquells que n'obtenen un estiguin disposats a fer més renúncies per tal de no perdre'l. Es tracta d'un fenomen similar al que s'ha pogut observar amb relació al principi de llibertat, on s'ha comprovat que els treballadors amb contracte es veuen més sotmesos a les pressions internes que no pas els autònoms i col·laboradors, que gaudeixen d'un major grau de llibertat. Un altre factor a tenir en compte és que, tal com indiquen diversos professionals en les entrevistes en profunditat (apartat 6.1.), els autònoms i col·laboradors han de dotar les seves peces d'un "plus" de qualitat per tal que els mitjans considerin que val la pena comprar-les, circumstància que és especialment incompatible amb la còpia d'informacions.

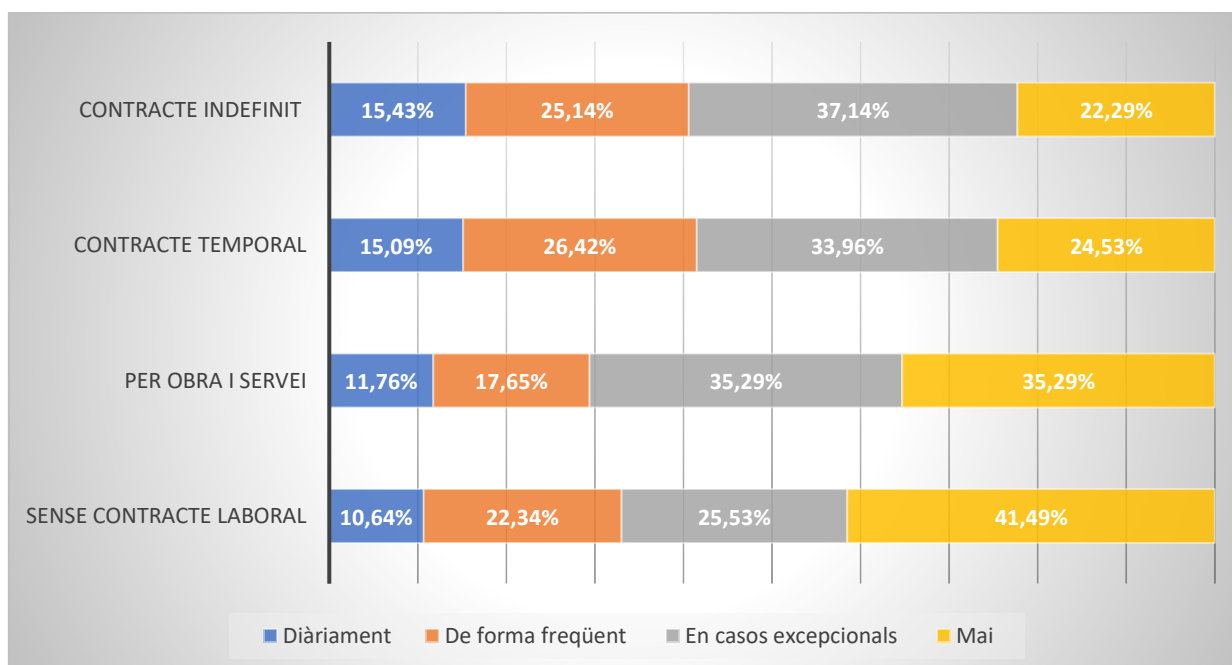
i) Renúncies per mantenir una estabilitat

Prenent com a referència el tipus de contracte, es confirma el model de comportament observat amb la variable de la situació laboral: aquells participants que tenen algun tipus de contracte, sigui indefinit o temporal, practiquen més sovint el clic-bait i la còpia d'informacions sense citar que no pas aquells que es troben en situacions més inestables, és a dir, que estan sense contracte o que treballen per obra i servei. De fet, en el cas de la còpia, els participants en una situació menys precària -és a dir, amb contracte indefinit- són els que més la practiquen de forma habitual.

Pel que fa a la publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visitants que s'obtindrà (vegeu gràfic 134), els col·lectius que més porten a terme aquesta pràctica de forma diària o freqüent són, amb percentatges molt similars, els que disposen d'un contracte temporal (41,51%) i que compten amb un contracte indefinit

(40,57%). Es tracta de xifres considerablement superiors a les dels professionals que treballen per obra i servei (29,41%) i als que estan sense contracte laboral (32,98%). Per tant, en aquest supòsit tampoc es pot establir una vinculació directa amb la precarietat laboral, ja que els col·lectius menys precaris són, precisament, els que presenten índexs més elevats. De nou, però, s'ha de tenir en compte que tenir un contracte, tant indefinit com temporal, genera un major grau de satisfacció entre els participants (vegeu taula 4.21), malgrat que només un 48,7% en té d'indefinit i un 15,2% de temporal. Per tant, és plausible la mateixa explicació que en el cas de la situació laboral: com que no tots els professionals poden aconseguir un contracte, aquells que en tenen poden estar més disposats a cedir i acceptar pràctiques com aquesta per tal de mantenir-lo.

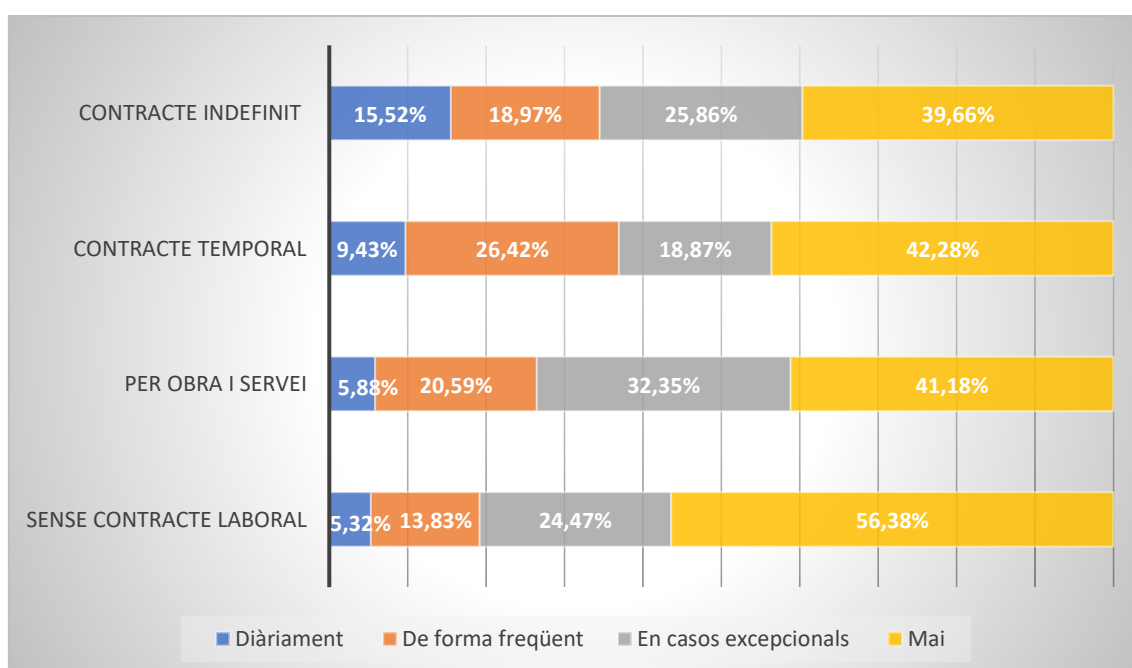
Gràfic 134. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el tipus de contracte



En el cas de la còpia d'informacions sense citar (vegeu gràfic 135), els percentatges de pràctica diària o freqüent també són molt superiors en el cas dels participants que disposen de contracte que entre aquells que no en tenen. De fet, els enquestats que es troben en una situació més estable, que són els que disposen de contracte indefinit, són els que més ho fan de forma diària (15,52%). En el global dels que practiquen la còpia de forma diària o

freqüent, el primer lloc correspon als enquestats que tenen contractes temporals (35,85%), seguit de molt a prop dels que disposen de contractes indefinits (34,49%). En canvi, en el cas dels que treballen per obra i servei i els que estan sense contracte, els percentatges decauen fins a un 26,47% i un 19,15% respectivament. De nou, la dificultat per aconseguir el cobejat contracte indefinit -associat no només a una major satisfacció laboral, sinó també a salaris més elevats- i ser capaç de mantenir-lo és l'explicació més plausible per aquest fenomen.

Gràfic 135. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el tipus de contracte



La variable del tipus de contracte, doncs, permet confirmar els resultats de la situació laboral, ja que es corrobora que una major estabilitat no garanteix un major respecte al principi de veritat, sinó al contrari: els enquestats que disposen de contracte i que per tant es troben en una situació menys precària són els que més practiquen el clic-bait i la còpia d'informacions sense citar. Aquest comportament es pot atribuir, com s'ha mencionat, a les dificultats per aconseguir un contracte, associat a unes millors condicions laborals, fet que pot conduir els participants a fer més renúncies per tal de mantenir-lo.

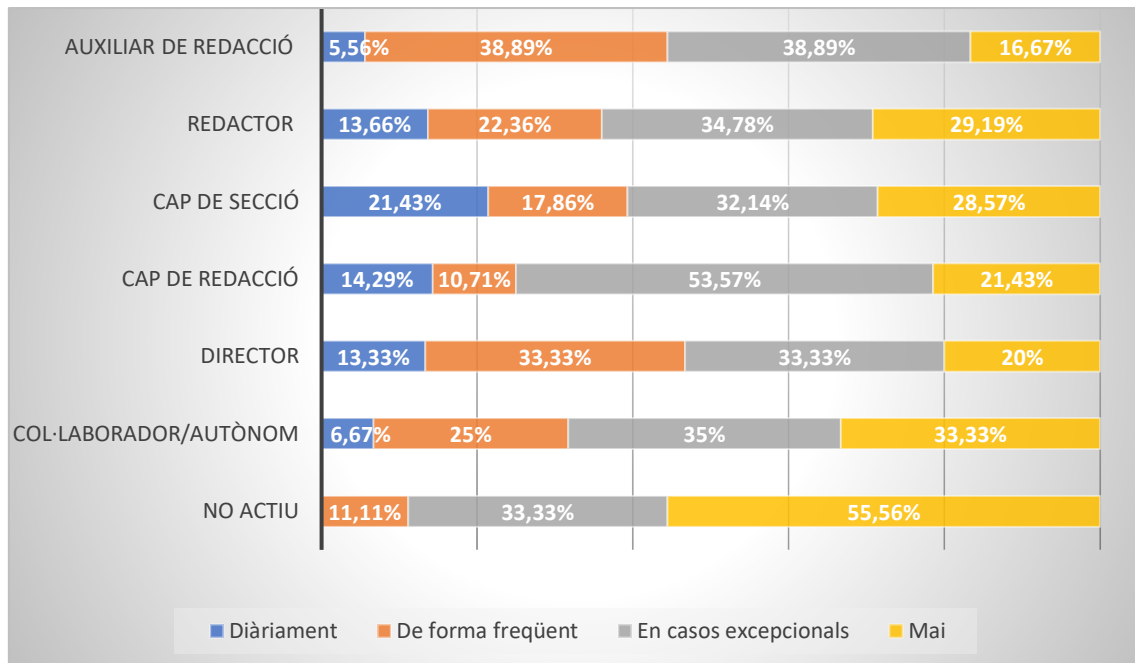
j) El paper clau dels càrrecs de responsabilitat

La variable de la categoria professional permet confirmar algunes de les tendències observades fins al moment, com el fet que els col·laboradors i autònoms presenten alguns dels percentatges més baixos de pràctica diària tant del clic-bait com de la còpia d'informacions sense citar. En canvi, s'observa que els càrrecs de responsabilitat dins la redacció -especialment els caps de secció i els caps de redacció-, malgrat tenir una situació menys precària, presenten uns índexs més elevats.

Les dades corresponents a la publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtidran (vegeu gràfic 136) mostra com els col·lectius amb menors percentatges de pràctica diària són, precisament, dos dels més precaris: els ajudants de redacció (5,56%) i els col·laboradors o autònoms (6,67%). En canvi, el percentatge creix en els càrrecs de responsabilitat, arribant fins a un 21,43% en el cas dels caps de secció i un 14,29% en el dels caps de redacció. Així doncs, es pot observar com els càrrecs de responsabilitat, que solen estar associats a millors sous i condicions, practiquen més el clic-bait de forma diària que no pas aquells que es troben en una situació més precària. De nou, es pot apel·lar a les dificultats per situar-se en aquest tipus de càrrecs -fet que sol requerir una trajectòria superior als quinze anys en la professió- per explicar aquestes dades, ja que això pot fer que els participants hagin de pagar, de nou, un "peatge" per a mantenir-s'hi.

D'altra banda, aquestes dades també permeten considerar que el clic-bait és una pràctica impulsada des de les cúpules de les redaccions, i que des d'allà s'estén fins als treballadors de base. De fet, el col·lectiu amb majors percentatges de pràctica diària i freqüent sumades són els directors, amb un 46,66%, que són els encarregats d'establir les directrius que han de seguir la resta de treballadors. De la mateixa manera, els màxims responsables de l'empresa són també els que menys afirmen fer-ho en cap ocasió, amb només un 20%, seguits dels ajudants de redacció (16,67%) i els caps de redacció (21,43%).

Gràfic 136. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons la categoria professional²⁷

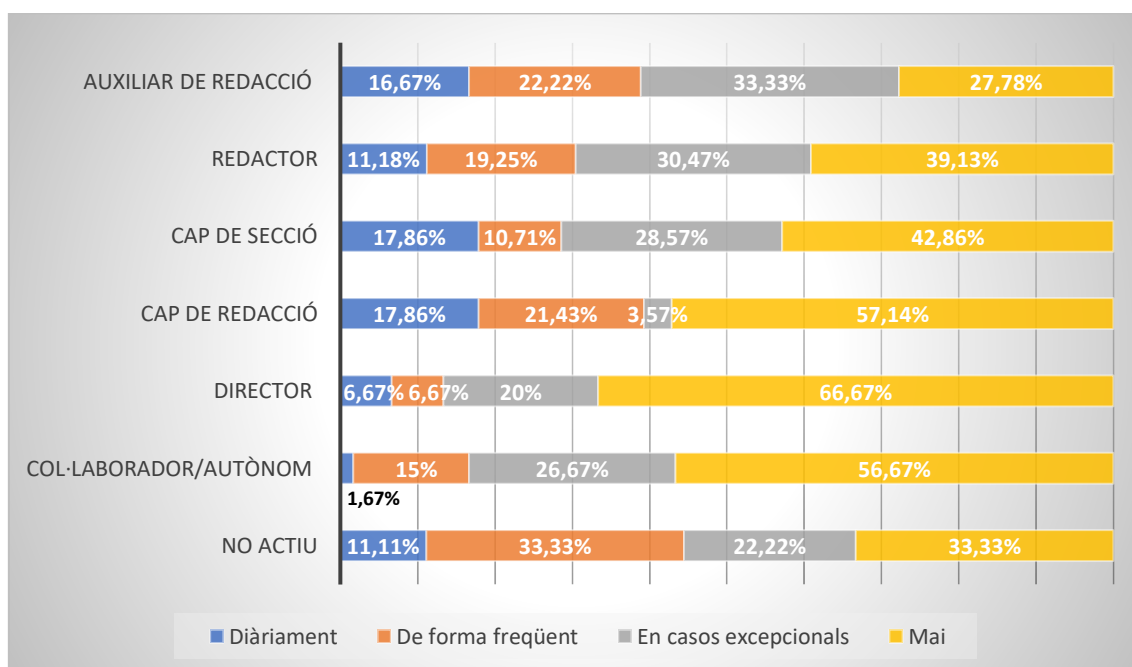


En el cas de la còpia d'informacions sense citar (vegeu gràfic 137), es reproduïen patrons de comportament similars als del clic-bait, ja que els dos col·lectius que més admeten realitzar cada dia aquesta pràctica tornen a ser els caps de redacció i els caps de secció, ambdós amb un 17,86%. En canvi, el menor percentatge correspon, amb molta diferència, als col·laboradors o autònoms, ja que només un 1,67% admet fer-ho de forma diària. Per tant, es pot comprovar que copiar una informació sense citar-ne l'origen és una pràctica estructural de la redacció i no directament vinculada a la precarietat, i més tenint en compte que, tal com s'ha mencionat, alguns participants de les entrevistes en profunditat adverteixen que el fet de ser autònom obliga a oferir informacions més originals i amb un major grau de qualitat per tal que els mitjans decideixin comprar una determinada peça informativa.

²⁷ No s'ha inclòs la categoria d'estudiants en pràctiques, per tenir menys de deu respostes, ni la d'altres situacions

En aquesta ocasió, si s'analitzen de forma conjunta els percentatges de pràctica diària i freqüent, en primer lloc se segueixen situant els caps de redacció (39,29%), dada que reforça la idea que es tracta d'una pràctica estructural. De fet, els percentatges de pràctica diària i freqüent dels participants que treballen dins de les redaccions -ajudants (38,89%), redactors (30,43%) i caps de secció (28,57%)- són molt superiors als dels col·laboradors i autònoms (16,67%), que tenen un major marge per escapar-se d'aquestes dinàmiques. També destaca el fet que els directores presenten l'índex més baix de pràctica diària o freqüent (13,34%), tot i que aquest fet pot explicar perquè les seves responsabilitats solen estar més orientades a dirigir que a redactar.

Gràfic 137. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons la categoria professional



La variable de la categoria professional permet comprovar que tornen a ser els col·laboradors i autònoms els col·lectius que més eviten el clic-bait i la còpia, de manera que es pot concloure que aquest tipus de pràctiques no estan directament relacionades amb unes condicions laborals precàries sinó amb les dinàmiques pròpies de la redacció. De fet, són els càrrecs de responsabilitat -caps de secció i caps de redacció- els que presenten majors percentatges de pràctica diària d'aquests supòsits, circumstància que es

pot explicar per la possible necessitat de mantenir un càrrec que els ha costat d'aconseguir i que els permet tenir unes millors condicions de treball.

k) La limitada incidència de la precarietat salarial

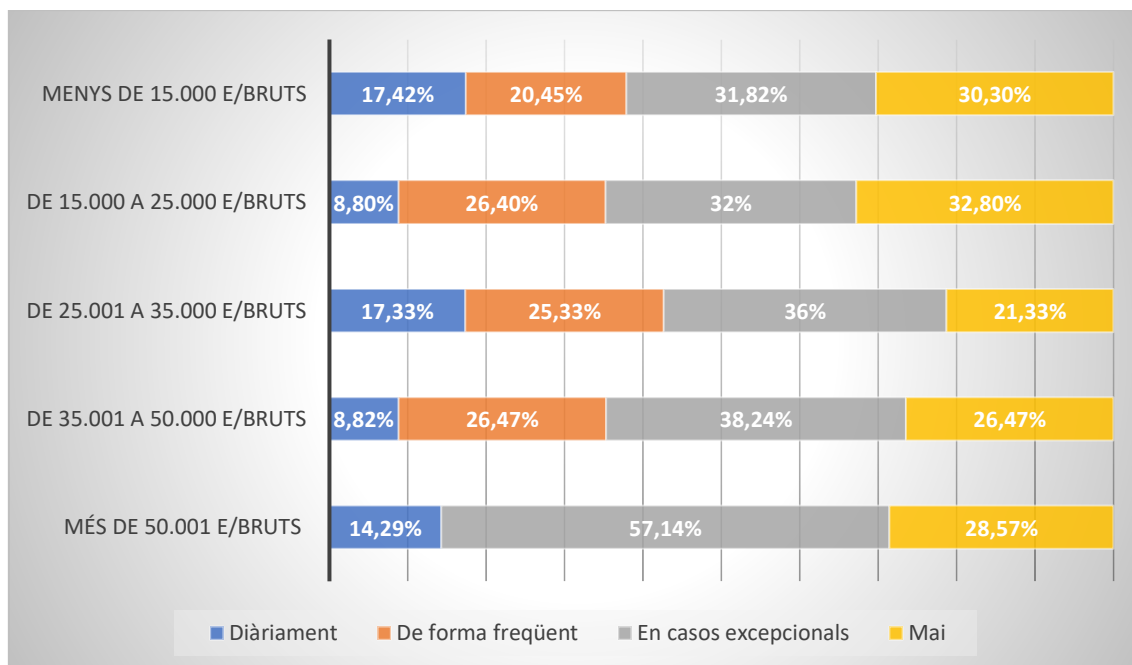
En l'àmbit salarial, els resultats mostren un cert paral·lelisme amb la variable de la categoria professional, ja que els dos aspectes estan íntimament relacionats: com s'ha vist en l'apartat 4.1., un càrrec de més responsabilitat sol comportar una remuneració més elevada, tot i que s'han de tenir en compte altres factors, com el tipus de mitjà. Aquesta variable permet comprovar com les franges salarials mitjanes-altes registren percentatges elevats de clic-bait i còpia d'informacions sense citar, ja que són similars i en alguns casos superiors als obtinguts pels professionals que cobren salaris més precaris.

Les dades relacionades amb la publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'aconseguiran (vegeu gràfic 138) mostren que la precarietat juga un paper rellevant, però no definitiu, amb relació a aquest supòsit. Per una banda, un 17,42% dels participants situats en la franja salarial més precària -per sota els 15.000 euros bruts anuals- practica el clic-bait de forma diària, fet que els situa en primera posició. Aquesta dada permet completar el retrat dibuixat per anteriors variables, ja que molts dels treballadors situats dins d'aquesta franja salarial són joves i/o treballen en mitjans digitals, col·lectius que com s'ha vist també presenten els percentatges més elevats de pràctica freqüent d'aquest supòsit.

Tot i això, els professionals situats en una franja salarial mitjana-alta (entre els 25.001 i 35.000 euros bruts anuals) presenten un percentatge extremadament similar de pràctica diària, amb un 17,33%. I si s'hi afegixen els que diuen practicar-lo de forma freqüent, aquest grup se situa en primera posició, amb un percentatge del 42,66%. Per tant, tot i que el percentatge més elevat de pràctica diària del clic-bait correspon al col·lectiu més precari -amb salaris per sota els 15.000 euros bruts anuals-, la xifra de pràctica diària i freqüent és superior en el grup salarial d'entre 25.001 i 35.000 euros bruts anuals, que també presenta el menor percentatge de professionals que afirmen no fer-ho mai, amb

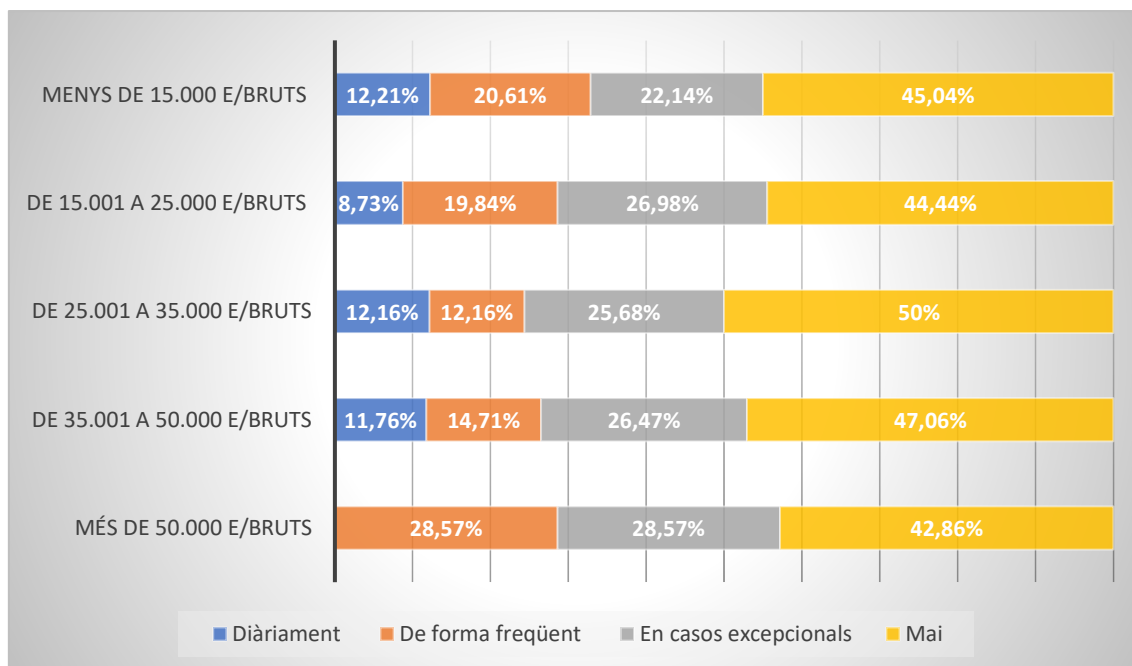
només un 21,33%. Aquesta franja salarial està majoritàriament integrada per càrrecs de responsabilitat com caps de secció i de redacció, que com s'ha vist prèviament són dos dels grups que més sovint porten a terme aquest tipus de pràctica.

Gràfic 138. Publicació d'informacions agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran segons el salari



En referència a la còpia d'informacions sense citar-ne la procedència (vegeu gràfic 139), es produeix una situació molt similar a la del clic-bait. El col·lectiu més precari, que cobra menys de 15.000 euros bruts anuals, és el que presenta un major percentatge de pràctica diària (12,21%), tot i que es tracta d'un percentatge pràcticament idèntic al del col·lectiu dels 25.001 a 35.000 euros, que se situa en el 12,16%. Per tant, es pot considerar un empat tècnic. En aquesta ocasió, tanmateix, si s'hi sumen els participants que afirmen fer-ho diàriament i els que ho fan de forma freqüent, els principals percentatges sí que corresponen als grups salarials més baixos: un 32,82% en el cas dels que cobren per sota els 15.000 euros bruts i un 28,57% entre els que en cobren entre 15.001 i 25.000. Però malgrat que aquests percentatges decauen en les franges salarials més altes -un 24,32% en el grup d'entre 25.001 i 35.000 euros i un 26,47% entre els 35.000 i els 50.000-, la diferència no és massa elevada.

Gràfic 139. Utilització d'informacions de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne l'origen segons el salari



Les dades obtingudes a partir de la variable del salari permeten concloure, doncs, que un baix nivell d'ingressos està relacionat amb una major pràctica del clic-bait i la còpia d'informacions sense citar, ja que els principals percentatges de pràctica diària corresponen als que cobren menys de 15.000 euros bruts anuals, un col·lectiu que sol incloure participants joves, amb una elevada formació i que treballen en mitjans digitals. Tot i això, cal afegir que els grups situats en una franja salarial mitjana-alta presenten uns nivells molt similars -i en alguns casos fins i tot superiors- d'aquestes pràctiques, fet que es pot explicar perquè corresponen als càrrecs de responsabilitat que, com s'ha vist, també presenten alguns dels índexs més elevats. Per tant, una vegada més es constata que, malgrat que el clic-bait i la còpia de continguts sense citar són pràctiques accentuades en cas de precarietat, també són habituals entre els càrrecs menys precaris i per tant es poden considerar de caràcter estructural.

4.3.2.3 Efectes sobre el principi de justícia

L'enquesta ha preguntat als participants quina és la seva actitud davant de tres supòsits relacionats amb el principi de justícia: no respectar la presumpció d'innocència dels acusats d'un delict; l'elaboració d'informacions sense tenir en compte si reflecteixen o no la diversitat política i/o social i el fet de donar una sola versió dels fets. Els resultats mostren que més de la meitat dels participants -un 63,73%- admet haver dut a terme la pràctica de donar una sola versió dels fets en alguna ocasió (sigui de forma diària, freqüent o en casos excepcionals), mentre que en els altres dos supòsits els enquestats que neguen haver-ho fet mai són àmpliament majoritaris (vegeu taula 4.39).

La publicació d'una sola versió dels fets, doncs, és el supòsit que més amenaça al principi de justícia, tot i que en menor mesura del que s'ha vist en els principis de llibertat i veritat. Malgrat que un 63,73% dels enquestats admet haver-ho fet en alguna ocasió, només un 3,12% ho fa de forma diària i un 16,26% ho porta a terme de forma freqüent, mentre que la major part (un 44,26%) ho fa només en casos excepcionals. Per tant, aquest és l'únic supòsit vinculat al principi de justícia que s'analitzarà en profunditat a través de totes les variables.

En canvi, pel que fa a l'elaboració d'informacions sense tenir en compte si reflecteixen la diversitat política i/o social, la seva pràctica l'admeten menys de la meitat dels participants. Tan sols un 0,8% dels enquestats ho fan cada dia, mentre que un 13,33% afirmen portar-ho a terme de forma freqüent i un 33,33% diu que ho fa en casos excepcionals. En canvi, més de la meitat, un 52,53%, afirma que mai ha portat a terme aquesta pràctica. Finalment, el respecte a la presumpció d'innocència dels acusats d'un delict és pràcticament unànime. La immensa majoria dels participants, un 86,59%, afirma que mai se la salta, mentre que un 1,6% afirma fer-ho de forma freqüent i un 11,79% en casos excepcionals. Cap dels enquestats afirma portar-ho a terme cada dia.

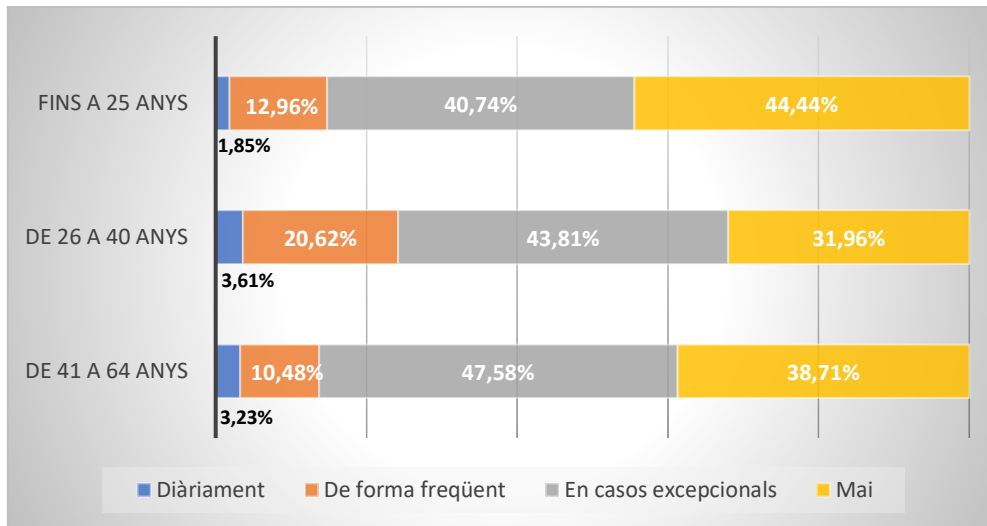
Taula 4.39 Supòsits vinculats al principi de justícia

SUPÒSIT	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai	TOTAL
No respectar la presumpció d'innocència dels acusats d'un delictes	0	6 (1,6%)	44 (11,79%)	323 (86,59%)	373 (100%)
Elaborar informacions sense tenir en compte si reflecteixen la diversitat política i/o social	3 (0,8%)	50 (13,33%)	125 (33,33%)	197 (52,53%)	375 (100%)
Donar una sola versió dels fets	12 (3,12%)	61 (16,26%)	166 (44,26%)	136 (36,26%)	375 (100%)

a) Noves càrregues per a l'estabilització dels joves

Al contrari del que s'ha observat en els anteriors supòsits, la variable de l'edat no és determinant a l'hora de donar només una versió dels fets (vegeu gràfic 140). Segons les dades obtingudes, el grup que admet realitzar més sovint aquesta pràctica no és el més jove i precari -és a dir, els menors de 25 anys-, sinó aquells que tenen entre 26 i 40 anys; un col·lectiu que, com s'ha esmentat, està intentant estabilitzar-se dins la professió. De tota manera, l'índex de pràctica diària en aquest grup d'edat se situa en només un 3,61%, mentre que un 20,62% ho fa de forma freqüent i un 43,81% en casos excepcionals. Entre els 26 i els 40 anys també es localitza el menor percentatge d'enquestats que afirma no fer-ho mai, amb un 31,96%. En canvi, els altres dos col·lectius presenten percentatges més discrets. Un 14,81% dels menors de 25 anys ho fa de forma diària o freqüent, mentre que dels 41 a 64 anys el percentatge conjunt se situa en un 13,71%.

Gràfic 140. Donar només una versió dels fets segons l'edat

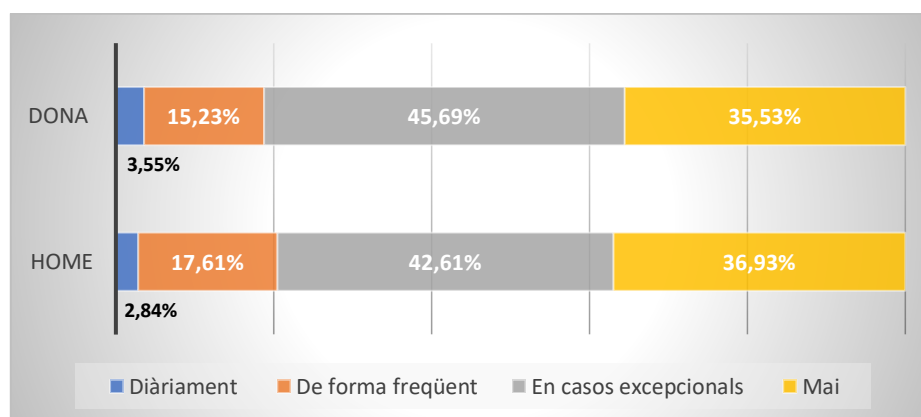


L'anàlisi de la variable de l'edat indica, per tant, que la publicació de només una versió dels fets és més freqüent entre aquells que s'estan intentant consolidar dins de la professió (dels 26 als 40 anys) que no pas entre els més precaris (menys de 25 anys) o aquells que estan consolidats i disposen de millors salaris i contractes més estables (de 41 a 64 anys). Aquest comportament es correspon amb el que s'ha vist en els supòsits anteriors, ja que el col·lectiu que està intentant establir-se és sovint el més sensible a acceptar directrius que puguin anar en contra dels seus principis ètics.

b) Ambdós gèneres, mateixa actitud

La precarietat que experimenta en major mesura el gènere femení no es reflecteix a l'hora d'oferir una informació més plural, ja que en aquest supòsit s'observen molt poques diferències de comportament entre homes i dones: un 20,45% dels homes afirma publicar una sola versió dels fets de forma diària o freqüent, mentre que en el cas de les dones el percentatge se situa en un 18,78% (vegeu gràfic 141). També les xifres de participants que neguen fer-ho mai són molt semblants en els dos gèneres: un 35,53% en el cas de les dones i un 36,93% en el cas dels homes.

Gràfic 141. Donar només una versió dels fets segons el gènere



L'anàlisi de la variable de gènere, per tant, indica que la precarietat associada al gènere femení no té efectes sobre la pluralitat informativa, ja que els dos gèneres presenten índexs molt similars de publicació d'una sola versió dels fets. Una vegada més, doncs, s'observa com el major grau de precarietat que pateixen les dones no es reflecteix en la seva actitud ètica.

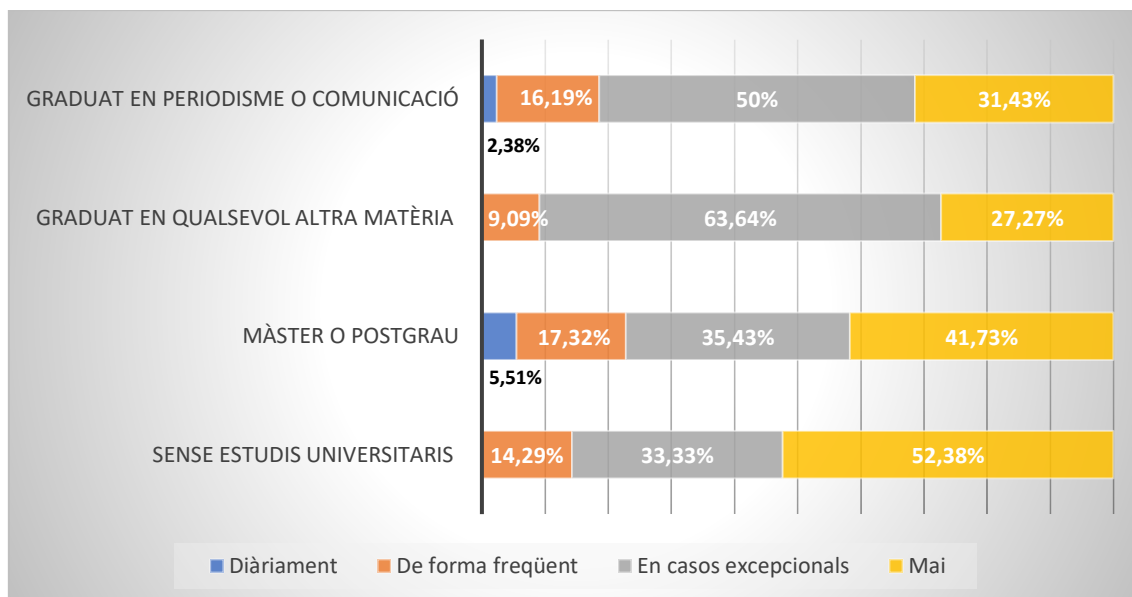
c) Més formació, major vulnerabilitat

La variable del nivell d'estudis sí que permet establir una relació entre la precarietat i la publicació d'una sola versió dels fets, ja que els resultats indiquen que una formació més elevada o especialitzada no sempre es tradueix en un major respecte per al principi de justícia (vegeu gràfic 142). Es tracta d'una tendència que ja s'ha detectat en supòsits anteriors, especialment en aquells que estan relacionats amb el principi de llibertat.

Segons les dades obtingudes, els participants que disposen de màster o postgrau -que, com s'ha observat prèviament, majoritàriament són joves i amb unes condicions precàries- són els que més s'aboquen a aquesta pràctica de forma diària (5,51%) i freqüentment (17,32%), seguits dels enquestats que són llicenciats i/o graduats en Periodisme o alguna carrera relacionada amb la Comunicació (amb un 2,38% que ho fa cada dia i un 16,19% que ho porta a terme de forma freqüent). En canvi, cap dels graduats en altres matèries i dels que no compten amb estudis universitaris afirmen publicar una

sola versió dels fets de forma diària, mentre que els seus percentatges de pràctica freqüent són menors (un 9,09% i un 14,29% respectivament). En aquest cas, doncs, es pot establir una correlació entre els professionals més precaris, que són els titulats en Periodisme i els que disposen de màsters o postgraus, i la tendència a donar una sola versió dels fets.

Gràfic 142. Donar només una versió dels fets segons el nivell d'estudis



Tal com s'ha indicat, l'anàlisi del nivell d'estudis permet concloure que els professionals amb una formació més especialitzada (en Periodisme o Comunicació) i més elevada (màster o postgrau), que com s'ha vist són els que pateixen més inestabilitat i tenen pitjors salaris, tenen una major tendència a publicar una sola versió dels fets. Tot i això, es tracta de percentatges relativament baixos, ja que les seves dades conjuntes de pràctica diària i freqüent se situen entorn del 20%.

d) Més experiència, noves renúncies

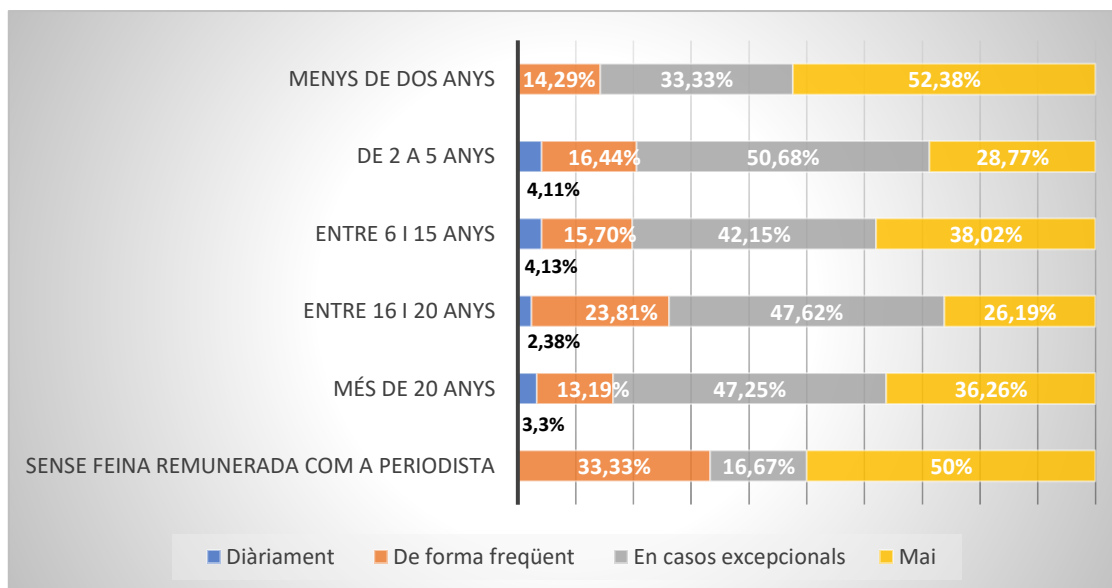
La variable dels anys d'experiència permet confirmar els patrons detectats amb l'edat. De nou, el col·lectiu més precari -que en aquest cas són els periodistes amb menys de dos anys d'experiència- no és el que més sovint publica una sola versió dels fets, sinó que els principals percentatges corresponen als que es troben en les franges d'experiència mitges

i altes, i que per tant inclouen tant als col·lectius que estan intentant consolidar les seves posicions com als que ostenten càrrecs de responsabilitat (vegeu gràfic 143).

En aquest cas, els percentatges de pràctica diària són pràcticament irrelevantes, ja que en tots els casos se situen per sota del 5%. Però si s'hi sumen aquells que ho fan de forma freqüent, el col·lectiu que registra un major percentatge és el que porta entre 16 i 20 anys dins la professió, amb un 26,19%. Per tant, els participants que més admeten publicar una sola versió dels fets no són els més precaris, sinó al contrari: es tracta de professionals que compten amb una trajectòria important a les seves espatlles, ocupen càrrecs de responsabilitat i disposen de millors condicions laborals i econòmiques. Aquest grup, a més, també és el que presenta un percentatge més baix de participants que afirma no dur mai a terme aquest tipus de pràctiques (26,19%).

En segona posició se situen els participants que s'estan intentant fer un lloc dins la professió: és a dir, els que tenen entre 2 i 5 anys d'experiència i els que en porten entre 6 i 15. Els seus percentatges conjunts de pràctica diària i freqüent (un 20,55% i un 19,83%, respectivament) són superiors als que porten menys de dos anys, que registren només un 14,29% de pràctica freqüent i cap d'ells admet fer-ho diàriament. La xifra també és inferior en el cas dels que han estat més de vint anys treballant en el sector, ja que se situa en un 16,49%. Per tant, es torna a observar que el procés per aconseguir consolidar el lloc de treball i millorar-ne les condicions laborals implica, en alguns casos, realitzar renúncies en l'àmbit ètic.

Gràfic 143. Donar només una versió dels fets segons els anys d'experiència professional



L'anàlisi de la variable de l'experiència professional permet confirmar, per tant, que els participants que més sovint publiquen una sola versió dels fets no són els més precaris -és a dir, els que tenen menys experiència-, sinó aquells que es troben en ple període de consolidació de les seves condicions laborals.

e) El tipus de mitjà, una variable no determinant

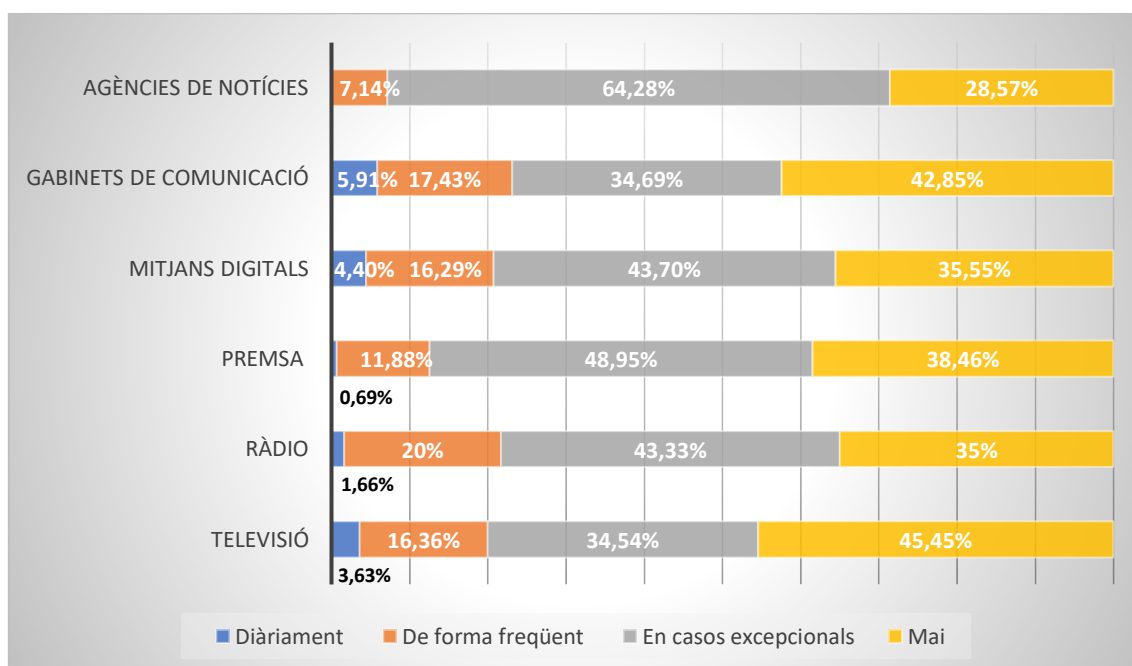
Si s'observa la variable del tipus de mitjà, es pot comprovar que, deixant de banda els empleats de gabinets de comunicació -que al treballar per a un client no estan deontològicament obligats a oferir més d'una versió dels fets-, els majors percentatges de pràctica diària o freqüent corresponen als professionals radiofònics, de mitjans digitals i televisius (vegeu gràfic 144). En canvi, aquest tipus de pràctica és menys habitual entre professionals d'agències de notícies i premsa, malgrat que aquests últims són un dels col·lectius que presenta un grau més baix de satisfacció laboral.

En aquesta variable, els efectes de la precarietat es deixen notar en el fet que el col·lectiu amb més inestabilitat i pitjors salaris -el dels treballadors de mitjans digitals- presenta un

dels percentatges més elevats de pràctica diària o freqüent (un 20,69%), juntament amb els treballadors de ràdio (21,66%) i televisió (19,99%). Tot i això, el tipus de mitjà no es pot considerar un factor determinant, ja que en ràdio i televisió les condicions laborals poden variar molt en funció de si són de titularitat pública o privada, de manera que es fa difícil establir el vincle amb la precarietat. En canvi, el fet de publicar una sola versió dels fets es pot relacionar també amb la necessitat d'immediatesa, que és un dels trets distintius dels mitjans audiovisuals.

En canvi, els percentatges de la pràctica diària són pràcticament inexistent en el cas de la premsa (0,69%) i de les agències de notícies (0%), i si se'ls sumen la pràctica freqüent tan sols se situen en un 12,57% i un 7,14% respectivament. En aquest cas, malgrat que els treballadors de premsa són els que més han vist empitjorar les seves condicions de treball, no ho reflecteixen a l'hora de donar una sola versió dels fets.

Gràfic 144. Donar una sola versió dels fets segons el tipus de mitjà



Per tant, les dades permeten concloure que la precarietat té una certa incidència amb relació al tipus de mitjà i la publicació d'una sola versió dels fets. Deixant de banda els

gabinets de comunicació, que responen a una deontologia diferent, els treballadors de mitjans digitals, que són els més precaris, i els de ràdio i televisió -que pateixen notables diferències salarials segons treballin al sector públic o privat- són els que més freqüentment publiquen una sola versió dels fets; fet que, com s'ha apuntat, també podria estar relacionat amb la necessitat d'immidatesa d'aquest tipus de mitjans. En canvi, els treballadors d'agències de notícies i de premsa impresa són els que menys porten a terme aquest tipus de pràctiques, malgrat la baixa satisfacció d'aquests últims amb la seva situació laboral.

f) Major preocupació dins l'àmbit local

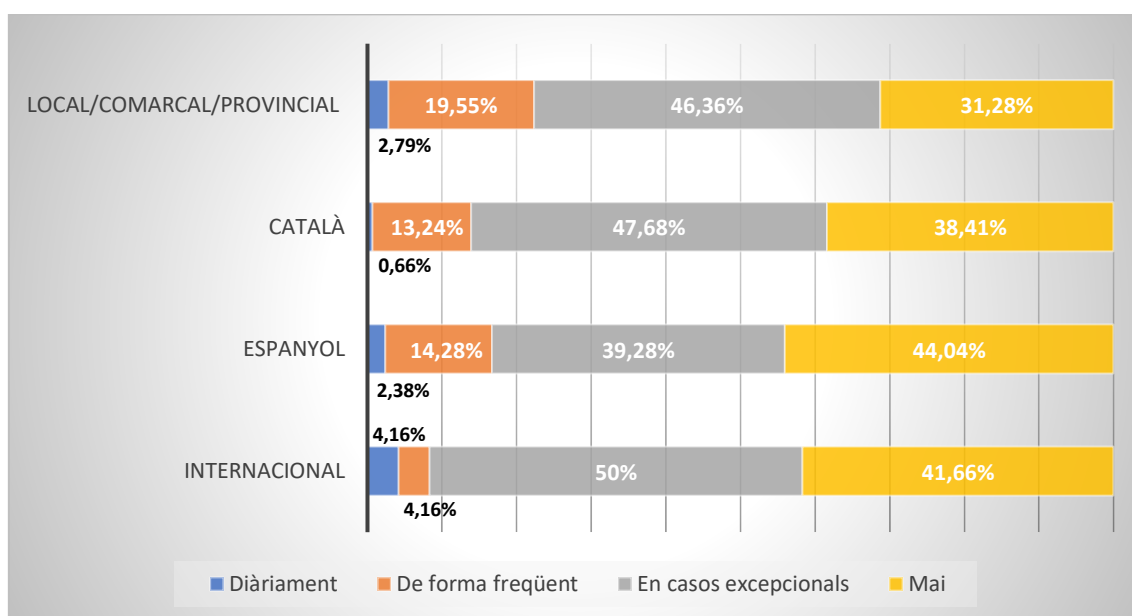
En el cas de l'àmbit territorial, sí que es produeix una correlació directa entre el col·lectiu més precari -que són els periodistes de mitjans locals, comarcals i provincials- i una major freqüència de publicació d'una sola versió dels fets. En segon lloc se situen els treballadors de mitjans d'abast espanyol -que, com s'ha vist, solen tenir situacions inestables però amb salaris relativament bons- i ja per darrere hi ha els mitjans d'abast català -que són els que ofereixen millors condicions- i internacionals (vegeu gràfic 145).

Un 22,34% dels participants que treballen en mitjans locals, comarcals o provincials afirma publicar cada dia o de forma freqüent una sola versió dels fets. A més, aquest col·lectiu, que pateix especialment la precarietat salarial, també presenta el menor percentatge de participants que neguen haver-ho fet mai (31,28%). Per tant, en aquest cas es pot establir una relació directa entre el col·lectiu més precari i una major pràctica d'aquest supòsit.

A continuació es troben els treballadors de mitjans d'abast espanyol, ja que compten amb un 16,66% de participants que afirmen fer-ho de forma diària o freqüent. Es tracta, com s'ha observat prèviament, d'un col·lectiu que compta amb un alt nivell d'inestabilitat, però on els salaris són més elevats que en el cas dels mitjans locals. En aquest cas s'ha de tenir en compte, com han mencionat diversos participants en les entrevistes en profunditat, que aquest col·lectiu manifesta haver patit una forta pressió dels seus

superiors durant el procés independentista, fet que els pot haver condicionat també a l'hora de publicar una sola versió dels fets. Finalment, els participants que menys porten a terme aquesta pràctica de forma diària o freqüent són els treballadors de mitjans catalans (amb un 13,9%) i els de mitjans d'àmbit internacional (8,32%), que en ambdós casos es troben entre els menys precaris.

Gràfic 145. Donar una sola versió dels fets segons l'àmbit territorial

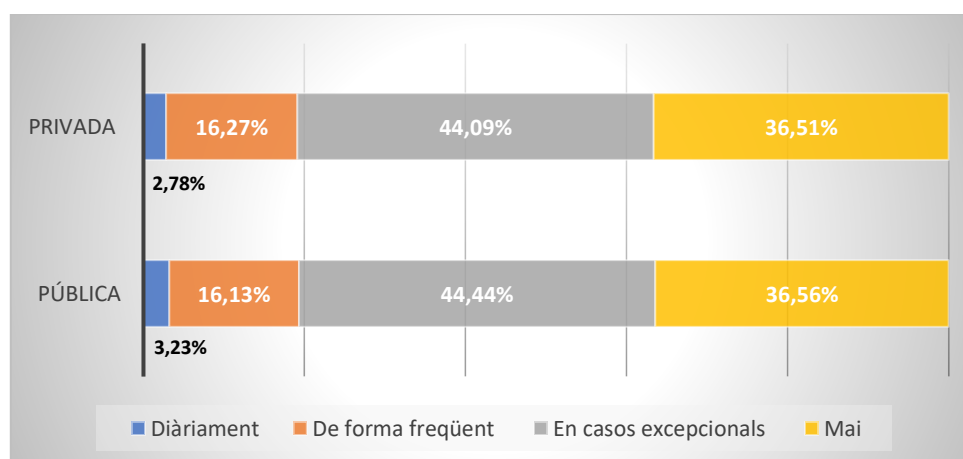


Amb relació a la variable de l'àmbit territorial, sí que es pot establir una relació entre el col·lectiu més precari -els treballadors de mitjans locals, comarcals i provincials- i el fet de publicar una sola versió dels fets amb major freqüència. També destaca el fet que en segon lloc se situen els professionals de mitjans d'abast espanyol, que com s'ha mencionat es mostren especialment incòmodes per les directrius que han hagut de seguir durant el procés independentista, i en darrer lloc es troben els treballadors menys precaris, que són els de mitjans d'abast català i internacional.

g) La titularitat de l'empresa, irrellevant

La precarietat que, com s'ha observat, pateixen en major grau els treballadors d'empreses privades, no té efectes sobre la pluralitat informativa, ja que els percentatges de publicació d'una sola versió dels fets són pràcticament idèntics entre els treballadors públics i privats (vegeu gràfic 146): un 19,05% dels treballadors privats ho fan de forma diària o freqüent, davant d'un 19,36% dels empleats d'empreses públiques. Per tant, no es pot considerar que la titularitat de l'empresa jugui un paper rellevant amb relació a aquest supòsit.

Gràfic 146. Donar una sola versió dels fets segons la titularitat de l'empresa



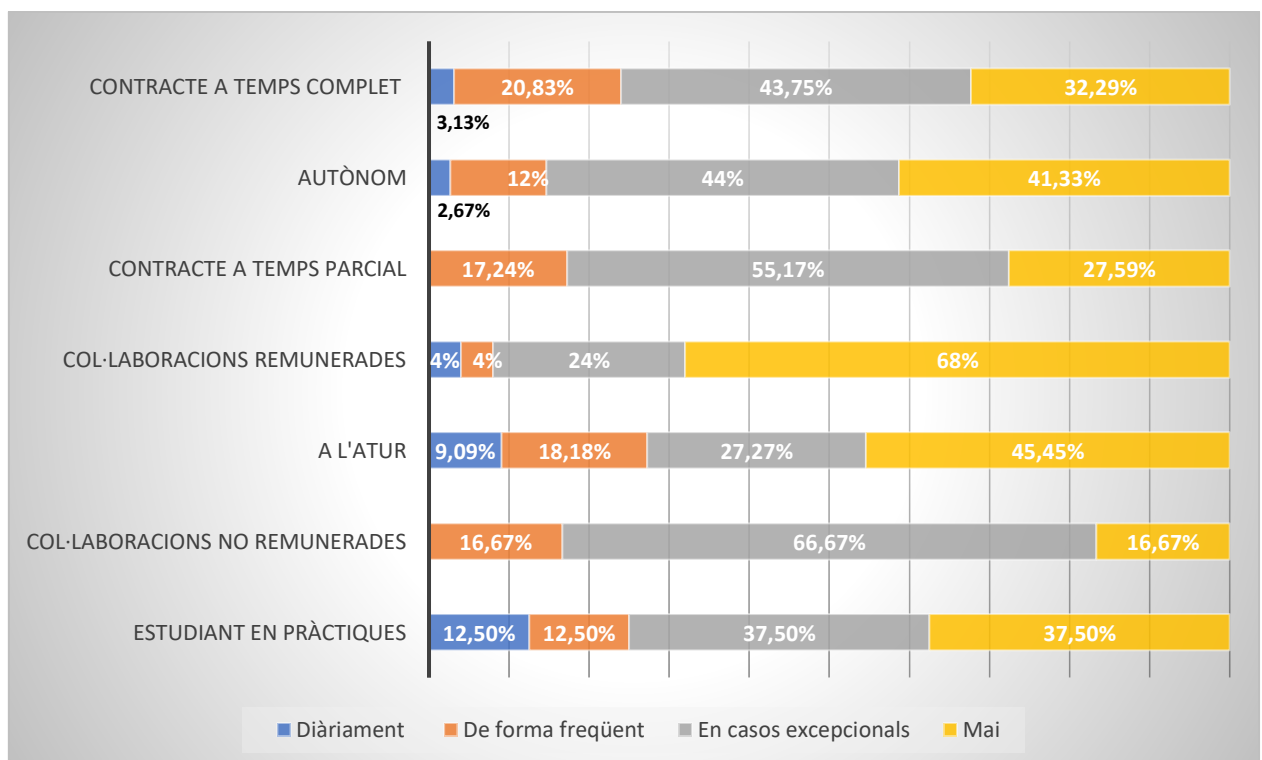
Igual que succeïa amb la còpia d'informacions sense citar, la titularitat de l'empresa i la precarietat que pateixen majoritàriament els treballadors privats no semblen influir a l'hora d'oferir més d'una versió dels fets, ja que els percentatges de pràctica entre els treballadors públics i privats són extremadament similars.

h) Més llibertat per als autònoms

La variable de la situació laboral (vegeu gràfic 147) també permet confirmar alguns dels patrons de comportament observats en altres principis. Els estudiants en pràctiques són, de nou, els que presenten un major percentatge diari de publicació d'una sola versió dels fets (12,5%), seguits dels participants a l'atur (9,09%), que es consideren menys rellevants perquè en aquests moments no estan exercint la professió. Tot i això, es pot

tornar a comprovar com la pràctica diària o freqüent d'aquest supòsit és més elevada entre aquells enquestats que gaudeixen d'una situació més estable -és a dir, que estan contractats a temps complet o parcial- que no pas entre els autònoms: un 17,24% dels participants contractats a temps parcial i un 23,96% dels contractats a temps complet publiquen cada dia o de forma freqüent informacions que presenten només una versió dels fets, mentre que el percentatge dels autònoms se situa lleugerament per sota, amb un 14,67%. També els col·laboradors, tant remunerats (8%) com no remunerats (16,67%) presenten percentatges més baixos que els contractats.

Gràfic 147. Donar una sola versió dels fets segons la situació laboral

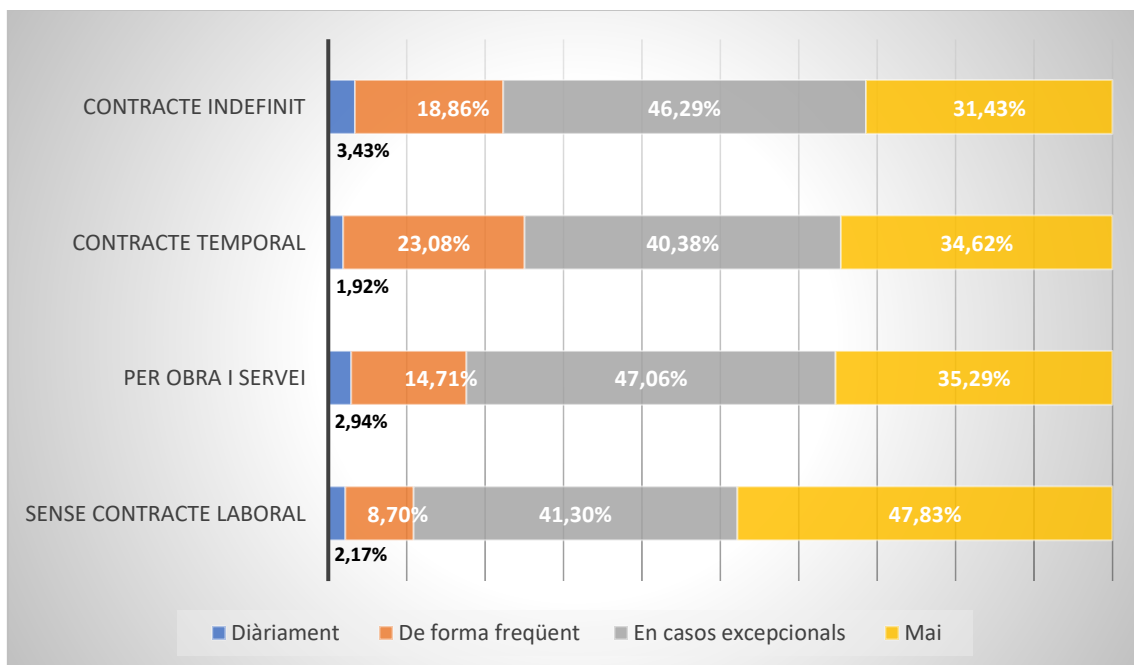


Per tant, una vegada més s'observa que els autònoms i col·laboradors, malgrat trobar-se en una situació més precària, tenen una major capacitat d'aportar diferents versions d'un sol fet que no pas aquells participants que disposen d'un contracte de treball. Com ja s'ha mencionat, el fet de tenir contracte és una situació desitjada per la majoria de participants per les bones condicions laborals que comporta, però que es fa difícil d'aconseguir i que, per tant, pot requerir també majors sacrificis en l'àmbit ètic.

i) Els requeriments d'un contracte indefinit

Pel que fa al tipus de contracte, les dades permeten constatar que, tal com s'ha vist amb la situació laboral, aquells participants que disposen de contracte (sigui indefinit o temporal) publiquen una sola versió dels fets més sovint que no pas aquells que estan per obra i servei o que no tenen contracte, com és el cas dels autònoms i col·laboradors (vegeu gràfic 148). Així doncs, un 25% dels participants amb contracte temporal i un 22,29% dels que el tenen indefinit admeten portar a terme aquesta pràctica de forma diària o freqüent, mentre que els percentatges baixen fins al 17,6% en el cas dels que estan per obra i servei i fins al 10,87% entre els que no disposen de cap tipus de contracte. Paral·lelament, són també els treballadors sense contracte el que presenten un major percentatge de participants que afirmen no fer-ho mai: gairebé la meitat, un 47,83%.

Gràfic 148. Donar una sola versió dels fets segons el tipus de contracte



Per tant, una vegada més es constata que el fet d'haver aconseguit un contracte implica una major renúncia dels professionals en l'àmbit ètic, ja que els participants que en tenen (sigui temporal o indefinit) presenten índexs de publicació d'una sola versió dels fets més elevats que aquells que estan en situacions més precàries, com els projectes per obra i

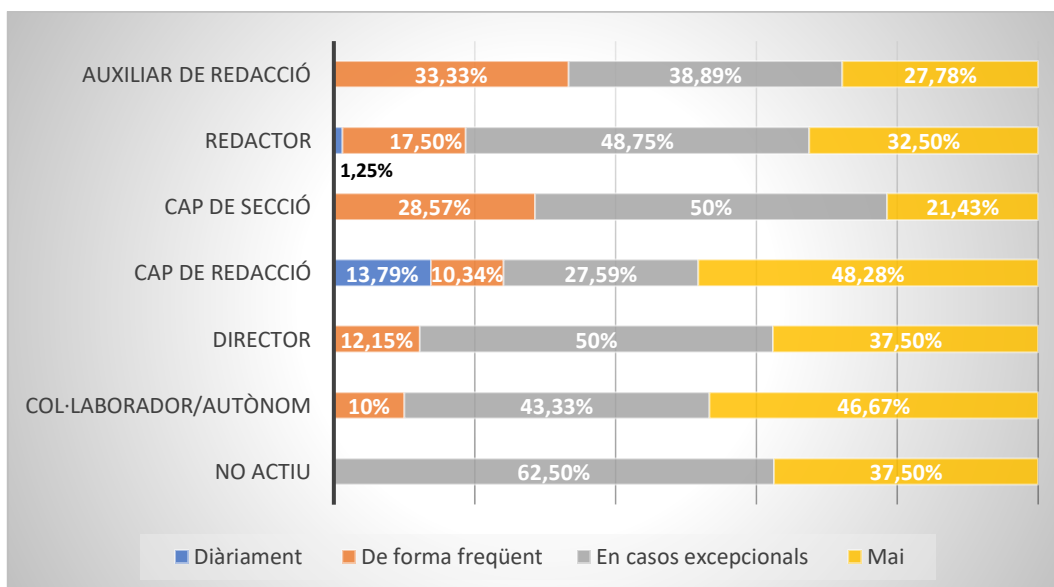
servei i els que estan sense contracte, grup que inclou el col·lectiu d'autònoms i col·laboradors.

j) El càrrec torna a requerir costos

Amb la variable de la categoria professional es torna a constatar, com ja s'ha vist amb relació als principis de llibertat i veritat, que els participants que ostenten càrrecs de responsabilitat -i que per tant disposen de millors condicions laborals- presenten majors xifres de publicació habitual d'una sola versió dels fets que no pas aquells col·lectius més precaris, com ara els autònoms (vegeu gràfic 149).

Les dades indiquen que la majoria de participants nega publicar una sola versió dels fets diàriament. L'única excepció són els caps de redacció, un 13,79% dels quals afirma portar a terme aquesta pràctica cada dia. A més, si s'observen de forma conjunta els que participants que porten a terme aquest supòsit de forma diària i freqüent, es comprova una vegada més que el percentatge dels autònoms (10%) és molt inferior als d'aquells que estan dins de la redacció: un 33,33% en el cas dels ajudants, un 18,75% en el cas dels redactors, un 28,57% entre els caps de secció i un 24,13% entre els caps de redacció.

Gràfic 149. Donar una sola versió dels fets segons la categoria professional



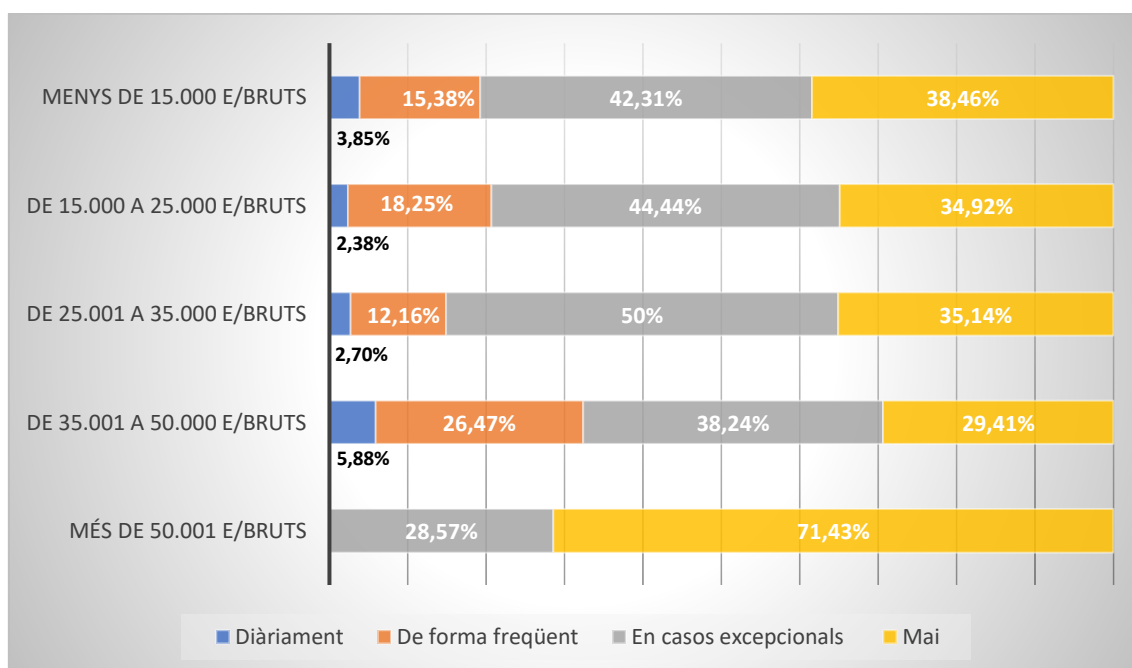
A banda de constatar, un cop més, que els autònoms mostren un major respecte per la pluralitat informativa que no pas els professionals que treballen en el marc d'una redacció, es pot comprovar també que els percentatges de pràctica diària entre els càrrecs de responsabilitat (caps de secció i de redacció) són superiors que entre els redactors de base. Així doncs, el fet de publicar una sola versió dels fets no és patrimoni de les categories més precàries, sinó que també és habitual en els càrrecs més elevats i menys precaris de la redacció. Igual que succeïa amb el clic-bait i la còpia d'informacions, doncs, sembla ser una pràctica impulsada des de les cúpules dels mitjans.

k) El salari, no influent en aquest cas

La variable dels salaris indica que els principals percentatges de pràctica diària o freqüent de publicació d'una sola versió dels fets no corresponen a aquells enquestats que tenen salaris més baixos, sinó al grup que percep entre 35.001 i 50.000 euros bruts anuals (vegeu gràfic 150). Es tracta del col·lectiu on hi ha els participants amb categories professionals més altes i amb trajectòries professionals més llargues, que presenten uns patrons de comportament similars.

El grup salarial d'entre 35.001 i 50.000 euros bruts anuals, situat en la franja salarial alta, és, amb diferència, el que més admet publicar només una versió dels fets de forma diària o freqüent, ja que així ho indica un 32,35% dels seus membres. També és el col·lectiu que compta amb un menor percentatge de participants que afirma no fer-ho mai: només un 29,41%. En canvi, els percentatges de pràctica diària o freqüent son sensiblement inferiors en les franges salarials més baixes: un 19,23% en el cas dels que cobren per sota els 15.000 euros bruts anuals, un 20,63% entre els que n'ingressen entre 15.001 a 25.000 i un 14,86% entre els que perceben entre 25.001 i 50.000 euros.

Gràfic 150. Donar una sola versió dels fets segons el salari



En aquest cas, doncs, es constata que unes millors condicions salarials no es tradueixen en un major respecte per la pluralitat informativa, sinó que els participants que se situen en una de les franges salarials més altes -dels 35.001 i 50.000 euros-, que generalment corresponen a càrrecs de responsabilitat i s’hi arriba després d’una llarga trajectòria professional, són els que més admeten publicar una sola versió dels fets.

4.3.2.4 Efectes sobre el principi de responsabilitat

Amb relació al quart principi ètic, el de responsabilitat, l’enquesta planteja tres supòsits: dos que estan relacionats amb el dret a la intimitat i a la pròpia imatge- envair l’esfera íntima d’una persona per aconseguir informació i captar i/o utilitzar imatges de persones que no desitgen aparèixer en públic- i un altre consistent en publicar informacions sense tenir en compte quines poden ser les conseqüències per a un determinat col·lectiu social.

En el cas dels dos supòsits relacionats amb el dret a la intimitat, la majoria de participants es mostren respectuosos, ja que els principals percentatges corresponen, amb diferència, als que afirmen no fer-ho mai (vegeu taula 4.40). Un 82,03% dels participants han

contestat que mai capten i/o utilitzen imatges de persones que no desitgen aparèixer en públic, mentre que un 76,64% ha negat envair l'esfera íntima d'una persona. En els dos casos, a més, no hi ha cap participant que afirmi fer-ho de forma diària, i els percentatges dels enquestats que ho fan de forma freqüent no superen el 3%. Per tant, el respecte a la intimitat i a la imatge no semblen ser considerats com a dilemes ètics habituals per part dels participants. Pel que fa a la publicació d'informacions sense tenir en compte les conseqüències per a un determinat col·lectiu social, el percentatge dels que neguen haver-ho fet se situa en un 55,73%. A més, tan sols un 1,86% admet fer-ho cada dia i un 9,06% de forma freqüent.

En tots els supòsits relacionats amb el principi de responsabilitat, doncs, els percentatges de pràctica diària o freqüent són extremadament baixos, sobretot comparat amb els altres tres principis analitzats. Per això, no s'ha considerat necessari realitzar-ne una anàlisi amb major profunditat, tot i que algunes d'aquestes qüestions sí que s'abordaran en l'anàlisi qualitativa, ja que han estat mencionades en les entrevistes en profunditat.

Taula 4.40 Supòsits vinculats al principi de responsabilitat

SUPÒSIT	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai	TOTAL
Envair l'esfera íntima d'una persona per obtenir informació	0	8 (2,12%)	80 (21,22%)	289 (76,64%)	377 (100%)
Captar i/o utilitzar imatges de persones que no desitgen aparèixer en públic	0	11 (2,94%)	56 (15,01%)	306 (82,03%)	373 (100%)
Publicar informacions sense tenir en compte les conseqüències	7 (1,86%)	34 (9,06%)	125 (33,33%)	209 (55,73%)	375 (100%)

SUMARI CAPÍTOL 5: RESULTATS. ANÀLISI QUALITATIVA

5.1 Les visions dels professionals.....	455
5.1.1 Dimensions de la precarietat laboral	456
5.1.1.1 Causes de la precarietat.....	456
a) Saturació del mercat laboral.....	456
b) Proliferació de mà d'obra gratuïta.....	459
c) Increment de la competència.....	462
d) L'amenaça de l'intrusisme professional.....	463
e) Desprestigi de la professió.....	466
5.1.1.2 Conseqüències de la precarietat en les condicions laborals.....	467
a) Baixos salaris.....	468
I. La necessitat de suport familiar.....	468
II. Una tendència a l'empitjorament.....	470
III. Una progressió cada cop més llarga i difícil.....	471
IV. L'esclatxa salarial entre el sector públic i privat.....	472
V. Una professió només per a privilegiats.....	473
VI. Una amenaça per a la qualitat de la informació.....	474
b) Una elevada inestabilitat.....	475
I. Autònoms per obligació, no per vocació.....	476
II. Les renúncies que implica l'estabilitat.....	477
III. La distància entre autònoms i redacció.....	478
IV. Les conseqüències de la inestabilitat econòmica	479
V. La seguretat dels treballadors públics.....	480
5.1.1.3 Precarietat i rutines professionals.....	481
a) Excés de feina.....	481
I. Reduccions de plantilla i sobrecàrrega laboral.....	482
II. Hores extra no remunerades.....	483
III. Immediatesa i polivalència forçosa.....	484
b) Horaris laborals poc conciliadors.....	486
I. Una alta disponibilitat.....	487
II. La "llibertat viciada" dels autònoms.....	488
III. Una major preocupació entre les dones.....	489
c) Els condicionants de la maternitat.....	491
I. Un fre per a la carrera professional.....	492
II. Difícil accés als càrrecs de responsabilitat.....	493
5.1.1.4 Efectes de la precarietat en la qualitat informativa	494
a) Insatisfacció respecte el producte elaborat.....	494
I. Una major preocupació entre els veterans.....	495
II. La precarietat genera més pessimisme.....	496
b) La influència dels condicionants polítics.....	497
I. Els mitjans públics, en el punt de mira.....	497
II. Ideologia al servei de la rendibilitat.....	499
III. La vulnerabilitat dels mitjans locals.....	500
IV. Pressions internes i jeràrquiques.....	501

V. Els riscos de la proximitat amb els polítics.....	503
c) La influència dels anunciants i/o patrocinadors.....	503
I. Limitació de la llibertat d'expressió.....	504
II. Proliferació de continguts de baix cost.....	505
III. Major pressió sobre els càrrecs de responsabilitat.....	506
5.1.1.5 El risc d'apagar la vocació.....	507
a) El motor de la passió.....	507
b) L'apreciada llibertat dels autònoms.....	509
c) La precarietat, causa de desgast.....	510
5.1.2 La moral individual, per sobre la col·lectiva.....	511
5.1.2.1 L'ètica, una qüestió de caràcter intern.....	512
5.1.2.2 Manca d'una cultura de treball compartida.....	513
5.1.2.3 Mitjans públics, ètica i <i>accountability</i>	515
5.1.3 Les conseqüències de la precarietat en la deontologia.....	516
5.1.3.1 Efectes sobre el principi de llibertat.....	516
a) Publicació, modificació i/o eliminació d'informació per exigència d'un superior.....	517
I. Biaix ideològic i sensacionalisme, els problemes més freqüents.....	518
II. Els joves en situació inestable, els més vulnerables.....	519
III. El marge de llibertat dels autònoms.....	521
IV. La importància dels mecanismes d'autoregulació.....	522
b) Publicació, modificació i/o eliminació d'informació per adequar-se a la línia editorial del mitjà.....	524
I. Docilitat per conservar la feina.....	524
II. Augment de les "contractacions ideològiques".....	526
III. El debat sobre la responsabilitat ideològica.....	527
IV. La retirada de la signatura com a exempció de responsabilitat.....	528
c) Autolimitació davant de continguts que poden perjudicar el mitjà on es treballa.....	529
I. De la censura política a l'autolimitació econòmica.....	529
II. La confiança atorgada per l'estabilitat laboral.....	531
III. El fre de la por a perdre el càrrec.....	531
IV. La rendibilitat limita l'esfera pública.....	532
V. El ressorgiment de l'autocensura política.....	533
d) Conflictes d'interès: el delicat equilibri entre informació i publicitat.....	534
I. Una fórmula per complementar els salaris.....	535
II. Les majors reticències, per part dels joves.....	536
e) Fer passar per informacions continguts que en realitat són patrocinats: l'auge del "branded content".....	536
I. Resignació davant d'un format considerat nociu però inevitable.....	537

II. Una pràctica estructural gestionada pels càrrecs intermedis.....	538
5.1.3.2 Efectes sobre el principi de veritat.....	540
a) Tot per l'audiència: la tirania del clic.....	540
I. Un pràctica generalitzada que desprestigia la professió	541
II. Resignació davant les urgències econòmiques.....	542
III. Els mitjans públics i els internacionals, més lliures de “clics”.....	544
IV. Reivindicació d'una major educació mediàtica.....	545
b) Plagi: el risc de copiar informacions sense contrastar	546
I. La falta de personal, un factor clau	546
II. Uniformització de continguts i propagació de notícies falses.....	547
III. Els autònoms, obligats a oferir un “extra” de qualitat.....	548
5.1.3.3 Efectes sobre el principi de justícia.....	550
a) Dificultat per oferir més d'una versió dels fets.....	550
I. Manca de temps i excessiva càrrega laboral	550
II. Un nou factor de risc per a la propagació de notícies falses.....	552
III. Els mitjans públics, més obligats a garantir la pluralitat	553
5.1.3.4 Efectes sobre el principi de responsabilitat.....	554
a) El respecte a la privacitat.....	554
I. Una qüestió més moral que legal.....	555
II. L'empatia, el factor clau.....	555
III. La doble pressió de les empreses i la competència.....	556
5.1.4 Perspectives de futur.....	558
5.1.4.1. Un pronòstic poc esperançador.....	558
a) Una professió imprescindible però cada cop més precària.....	559
b) La premsa, considerada en risc de desaparèixer.....	561
c) Els debats sobre la comunicació corporativa.....	562
d) Conscienciar que la qualitat té un cost.....	563
5.1.4.2 El paper de les associacions professionals.....	564
5.2 L'opinió dels experts.....	567
5.2.1 Reflexions sobre la precarietat laboral.....	567
5.2.1.1 Un mercat laboral inestable, saturat i precari.....	568
a) Necessitat de redimensionar els estudis universitaris.....	568
b) Evitar abusos en les pràctiques universitàries.....	570
c) “Expulsió” dels professionals més veterans.....	572
d) Les dificultats per superar la desigualtat de gènere.....	573
e) Autònoms, “el graó més dèbil” de la cadena.....	575
5.2.1.2 Els periodistes davant la precarietat: víctimes o responsables?....	577
a) Ni “herois” ni “màrtirs de la democràcia”	577
b) Sense justificació per a una mala praxis.....	579

5.2.2 Reflexions sobre la incidència de la precarietat en la deontologia.....	580
5.2.2.1 Docilitat i publicitat encoberta, els dos principals reptes.....	581
a) Precarietat, submissió i autocensura.....	581
b) Periodisme, publicitat i conflictes d'interès.....	583
5.2.2.2 Fórmules de transmissió de l'ètica periodística.....	584
a) L'actitud dels més joves, focus de preocupació.....	584
b) Necessitat de reforçar les assignatures deontològiques.....	585
c) La dificultat de mantenir referents.....	586
5.2.3 El difícil equilibri entre autoregulació i llibertat d'expressió.....	587
5.2.3.1 L'autoregulació, la millor via.....	587
5.2.3.2 Rebuig a la capacitat sancionadora.....	589
5.2.3.3 La necessitat d'implicar les empreses.....	590
5.2.3.4 La col·legiació obligatòria, poc factible.....	591
5.2.4 Perspectives de futur.....	593
5.2.4.1 L'individualisme, un hàndicap per a la lluita col·lectiva.....	594
5.2.4.2 Recuperar la confiança de la ciutadania.....	595
a) Enduriment de la lluita contra les notícies falses.....	596
b) Un major grau d'educació mediàtica.....	598
5.2.4.3 Nous nínxols de mercat.....	600
a) La comunicació corporativa.....	600
b) Emprenedoria digital.....	602
5.2.4.4 Un futur en precari.....	603

5. RESULTATS: ANÀLISI QUALITATIVA

L'anàlisi qualitativa extreu les conclusions de les entrevistes en profunditat, tant dels deu professionals en actiu com dels sis experts en deontologia i sociologia del periodisme²⁸. En el primer bloc, dedicat als professionals, s'aborden les qüestions relacionades amb les condicions laborals del sector, el concepte de deontologia que guia els participants i la influència que té l'actual context laboral precari amb relació als supòsits derivats dels quatre principis de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat. En el segon bloc, dedicat als experts, es recullen les opinions sobre la precarietat i les seves conseqüències deontològiques des d'un punt de vista acadèmic i institucional. Els dos apartats es conclouen amb una reflexió sobre el futur del periodisme i les seves condicions de treball.

5.1 Les visions dels professionals

El primer bloc està íntegrament dedicat a l'anàlisi de les entrevistes qualitatives realitzades a deu periodistes en actiu a Catalunya. Primerament es recullen les seves reflexions amb relació al context de precarietat en què desenvolupen la seva feina, observant tant les causes a les quals atribueixen aquesta situació com les conseqüències que té en les seves condicions laborals, en les rutines professionals i en la qualitat de la informació. A continuació s'observa de quines maneres els professionals se senten influïts per la precarietat laboral a l'hora de fer els seus judicis ètics. Per a fer-ho, primer es defineix quin és el concepte d'ètica que regeix els participants i a continuació es recullen les seves reflexions al voltant dels vuit dilemes ètics relacionats amb els principis de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat que, segons s'ha constatat amb els resultats de l'enquesta, afecten més sovint a la pràctica professional. També es dedica un apartat al principi de responsabilitat, que malgrat no representar una preocupació entre els participants en l'enquesta sí que apareix mencionada en les entrevistes qualitatives. Finalment, el darrer apartat recull les reflexions dels participants sobre el futur del periodisme –fent referència tant a la qualitat de la informació com a les condicions laborals- i el paper que, des del seu punt de vista, han de jugar els col·legis professionals i associacions de periodistes per tal de garantir la supervivència de la professió.

²⁸ Les fitxes dels participants es poden trobar a l'annex

5.1.1 Dimensions de la precarietat laboral

Aquest primer apartat analitza les dimensions que adquireix la precarietat laboral en la professió periodística. Es recullen, doncs, les reflexions dels participants sobre les causes d'aquesta precarietat, les conseqüències que té sobre les seves condicions de treball, com afecta a les seves rutines professionals, el seu grau de satisfacció amb la qualitat dels continguts que elaboren i fins a quin punt es veuen influïts pels condicionants polítics i econòmics. El bloc, finalment, acaba amb una reflexió sobre la importància que té el component vocacional en la pràctica del periodisme i com es pot veure afectat per l'actual context de precarietat.

5.1.1.1 Causes de la precarietat

Els participants assenyalen la saturació del mercat de treball, on l'oferta de mà d'obra és molt superior a la demanda, com una de les principals causes de la precarietat laboral, agreujada també per la proliferació de mà d'obra gratuïta -especialment a causa de l'abundant nombre d'estudiants en pràctiques, que a vegades s'estenen més enllà del període estrictament formatiu- i la consegüent competitivitat del sector. També apunten que la falta de regulació en l'àmbit del periodisme –ja que no es necessita cap titulació específica per treballar en aquest àmbit- obre la porta a l'intrusisme professional, i que el comportament poc ètic de determinats periodistes i/o mitjans acaba contribuint al desprestigi de la professió, fet que també els perjudica.

a) Saturació del mercat laboral

Els entrevistats coincideixen que el mercat laboral en el sector del periodisme a Catalunya està saturat, amb una oferta de mà d'obra molt superior a la demanda, de manera que aconseguir un lloc de treball en el sector és cada cop més difícil. L'elevat nombre de graduats en Periodisme o altres carreres relacionades amb el món de la comunicació que surten cada any de les facultats –tal com s'ha apuntat en el marc teòric, a Catalunya hi ha deu universitats que ofereixen aquest tipus d'estudis- fa que hi hagi molts més professionals buscant feina que no pas empreses oferint-ne. Els participants consideren que aquesta situació ha beneficiat les empreses, que tenen la paella pel mànec i poden

oferir salaris cada vegada més precaris, ja que sempre hi haurà algú disposat a acceptar-los. La situació, alerten, és especialment difícil per als professionals més joves, que acaben de finalitzar els seus estudis universitaris i que perceben que el treball gratuït - sigui a través de pràctiques obligatòries o extracurriculars- s'ha convertit en un "peatge d'entrada" imprescindible, tot i que no sempre efectiu, per accedir a la professió. Segons denunciïn els entrevistats, la predisposició de bona part d'aquests joves de treballar les hores que faci falta, amb l'objectiu de guanyar experiència i poder aspirar a un lloc de feina remunerat, fa que les empreses s'aprofitin de la situació i els assignin tasques que haurien de realitzar treballadors contractats, de manera que s'estalvien llocs de treball remunerats.

Els professionals mostren la seva preocupació perquè en els darrers anys s'ha complicat la possibilitat d'accedir a una feina remunerada com a periodista, fet que atribueixen a una saturació del mercat laboral, ja que cada vegada hi ha més graduats en Periodisme i/o Comunicació malgrat que s'han retallat nombrosos llocs de treball. Això es reflecteix en les vies d'accés a la professió: l'experiència dels candidats més veterans mostra que no van tenir gaires problemes per accedir a un lloc de treball remunerat i estable als inicis de la seva carrera; els de mitjana edat van aconseguir majoritàriament obtenir feina en els mitjans on havien fet les pràctiques universitàries obligatòries i en canvi els més joves admeten tenir-ho manifestament més difícil, ja que sovint es veuen obligats a encadenar diversos contractes de pràctiques tot i considerar remota la possibilitat que aquestes empreses decideixin contractar-los.

El participant més veterà, l'Enric, de 61 anys i en situació d'atur prèvia a la jubilació, va començar a treballar en una ràdio amb setze anys i sense cap mena de formació. I ho va fer, a més, directament amb una nòmina. Al llarg de la seva trajectòria ha anat assumint diferents càrrecs de responsabilitat en diferents mitjans de comunicació, fins a arribar a ser director adjunt d'un diari d'abast català. El seu perfil correspon, doncs, al de professional veterà sense formació universitària que gràcies a una trajectòria extensa ha anat acumulant càrrecs de responsabilitat. Des d'aquesta posició, ha anat veient com les possibilitats que tenen els joves periodistes d'entrar a treballar en un mitjà s'han anat reduint a poc a poc, malgrat que hagi augmentat la seva formació: "Durant els 20 anys

que vaig estar treballant en premsa escrita, la gran oportunitat d'entrar a treballar al diari era a través de les pràctiques [...]. Si tu entraves sota el paraigua d'un diari, podies acabar treballant allà [...]. Hi havia moltes oportunitats [...]. Ara és més difícil entrar: no dic que no es pugui aconseguir, però és molt més difícil i també és molt més difícil ascendir”, reflexiona. També la Irene, de 53 anys, es mostra afortunada per haver pogut accedir a un lloc de treball estable i ben remunerat després d'haver aprovat unes oposicions: “Jo reconec que sóc com el final d'una etapa, que encara vaig poder aconseguir una bona feina amb un bon sou per poder viure del periodisme”, assenyala. En el cas de la Sònia, de 47 anys, malgrat que la seva situació personal la va frenar professionalment –es va quedar embarassada molt jove-, també reconeix que durant els seus inicis era relativament senzill accedir a un lloc de treball: “En aquells moments, feina n'hi havia. Els de la meua promoció estan tots treballant a TV3”, apunta.

Pel que fa als participants de mitjana edat –entre 30 i 45 anys-, van poder accedir majoritàriament al seu primer lloc de treball gràcies a les pràctiques universitàries. Aquest va ser el cas, per exemple, de la Laia, de 37 anys, que després de l'etapa com a estudiant en un diari s'hi va quedar com a redactora amb contracte durant cinc anys i mig. Tot i això, comparteix l'opinió dels més veterans i adverteix que la situació ara és molt complicada: “Abans hi havia un panorama molt diferent: acabaves la carrera i anaves a treballar a un mitjà o a un gabinet de premsa, perquè agafaven molts professionals [...]. Ara, aquest escenari ha desaparegut, i cada cop hi ha menys professionals treballant als mitjans”, subratlla. També l'Òscar, de 35 anys, en Marc, de 42, i en Guillem, de 43, van aconseguir les seves primeres feines als mitjans on havien realitzat les pràctiques universitàries.

La situació, en canvi, és molt més complicada per als entrevistats més joves, que dibuixen un escenari on van encadenant contractes de pràctiques i on és complicat aconseguir una feina estable. L'Emma, de 22 anys, ja ha acabat el grau de Periodisme però tot i això té un contracte com a estudiant en pràctiques en un diari pel qual cobra 500 euros mensuals, fet que accepta amb resignació. “La meua mare em diu: *No acceptis més convenis de pràctiques*, però jo li responc: *Mama, és el que hi ha*. Sóc molt conformista i sé que si vull entrar en una altra empresa, hauré de fer-ho amb un contracte de pràctiques. Però si

m'asseguren que, si sóc bona, se m'acabaran quedant amb un contracte normal, doncs perquè no fer-ho?", reflexiona. En Jordi, de 23 anys, va realitzar les pràctiques curriculars en una emissora de ràdio, però sense cap esperança de poder quedar-s'hi: "Explícitament no t'ho diuen, però jo crec que és impossible. Bé, segur que hi ha algú que es queda, però és molt difícil. No sé si has de caure bé a algú, o fer-ho extraordinàriament bé, però jo no conec ningú que s'hi hagi quedat", explica.

Un altre aspecte que dificulta la recerca és que, en molts casos, les vacants es cobreixen a través del contacte boca-orella i d'una manera molt informal, de manera que, tal com apunta McRobbie (2002), els sistemes de recerca de feina estan molt basats en les xarxes personals i professionals, fet que complica l'accés al treball dels més joves. "Quan et vols introduir en el món del periodisme ho tens difícil, primer perquè hi ha poques vacants i segon perquè sempre ens ho diem entre nosaltres, els que ja ens coneixem", assenyala l'Alba, que és autònoma. I afegeix: "És molt difícil que pensin en tu. És una professió en què les feines no surten publicades, ni als portals d'Internet i moltes vegades ni tan sols al Col·legi de Periodistes". De fet, només els dos participants que treballen en mitjans públics expliquen haver accedit al seu lloc de treball actual després de passar unes proves especialitzades. En la resta de casos, l'accés va ser a través de les ja mencionades pràctiques universitàries o bé gràcies a contactes personals i/o professionals.

b) Proliferació de mà d'obra gratuïta

En un context en què escasseja la feina de periodista, el treball gratuït s'ha acabat assumint –tant per part de les empreses com de molts professionals, sobretot els més joves– com un "peatge d'entrada" necessari per poder accedir al món laboral. Tal com recorden Fast et al (2016), la indústria dels mitjans ha mostrat un especial interès per cultivar la mà d'obra gratuïta com a forma d'abaratir costos i eliminar així llocs de treball remunerats. En aquest context, la qüestió de les pràctiques universitàries no remunerades ha generat un gran debat dins la professió que es reproduïx en les entrevistes qualitatives: la majoria de participants les valora com un pas necessari per aprendre l'ofici davant d'uns estudis universitaris que consideren excessivament teòrics, però alguns d'ells alerten que les empreses acaben abusant de la situació i carreguen els estudiants amb

responsabilitats que haurien d'assumir professionals remunerats. També s'ha de tenir en compte que, malgrat que els contractes de pràctiques s'haurien de circumscriure només a l'etapa de formació, en algunes ocasions continuen un cop acabat aquest període, amb professionals que accepten treballar de forma gratuïta o precària per aconseguir l'experiència necessària que els permeti aspirar a un lloc de treball remunerat.

El primer aspecte que genera controvèrsia entre els participants és si les pràctiques haurien de ser remunerades, tal com succeïa anys enrere. Per a alguns no és necessari, ja que les consideren una fórmula per aprendre l'ofici i introduir-se en la professió. Aquesta és l'opinió d'en Marc, de 42 anys i cap d'informatius d'una televisió local, que afirma que d'una altra manera potser mai hauria pogut entrar en el món del periodisme: “Jo vaig estar tres mesos fent pràctiques gratuïtament perquè vaig voler i això em va obrir una porta laboral, tot i que l'objectiu principal era aprendre”, recorda. També en Guillem, de 43 anys i editor de la televisió pública catalana, creu que les pràctiques no remunerades van ser per a ell “una inversió”: “Sempre hi ha el dubte de fins a quin punt t'estan donant l'oportunitat i t'estan ensenyant, i fins a quin punt els estàs tu dedicant gratuïtament les teves hores. En el meu cas, no em sembla pas un pacte en el qual jo vaig sortint perdent”, reflexiona. En canvi l'Òscar, autònom de 35 anys, defensa que les empreses haurien de pagar un “sou mínim, encara que fossin 150 o 200 euros” per al transport, ja que els estudiants també realitzen tasques professionals. En aquest sentit, en Guillem recorda que quan ell estava a la universitat la majoria d'empreses sí que oferien una petita remuneració als seus estudiants en pràctiques, però creu que l'increment de facultats de comunicació i del nombre d'estudiants delerosos de fer pràctiques ha permès a les empreses estalviar-se aquests sous. “A partir del moment que va començar a haver-hi una explosió d'universitats i hi havia una gran quantitat d'estudiants que s'havien de col·locar, les empreses van dir: per què haig de pagar el desplaçament a uns si els altres vénen gratis?”, recorda.

Més enllà del debat sobre si les pràctiques haurien de ser remunerades, la principal preocupació dels participants ve del fet que, segons detecten, moltes empreses en fan un abús, ja que utilitzen estudiants en pràctiques com a mà d'obra gratuïta per cobrir llocs de treball que haurien de ser remunerats. “El contacte amb els mitjans per a mi és molt

important, perquè aprens molt [...]. El problema és quan les empreses fan servir aquella gent que en teoria està en formació per realitzar la feina que hauria de fer un redactor”, apunta la Irene, de 53 anys i treballadora d’una emissora de ràdio pública. Entre els entrevistats n’hi ha molts que han experimentat aquesta situació en primera persona. L’Òscar, autònom vinculat a l’àmbit audiovisual, veu així la situació del sector: “Les televisions locals tiren molt de becaris, i et pots trobar que hi ha vuit persones en plantilla i quatre becaris [...]. I et pots trobar que sense els becaris no treballaria ningú, perquè no s’aguantaria la cadena. I l’excusa no és que no hi hagi pressupost, perquè normalment sí que n’hi ha”. L’entusiasme i la bona voluntat dels professionals més joves, conscients de les dificultats però amb l’esperança d’obrir-se camí en el món laboral, propicia aquest tipus de pràctiques abusives. L’Emma, de 22 anys, descriu així els tres estius que va passar com a estudiant en pràctiques en una revista mentre estudiava el grau de Periodisme: “El primer any vaig treballar de forma totalment altruista; el segon em van pagar, de forma simbòlica i en negre, 150 euros al mes; i al tercer ja vaig tenir un contracte de 25 hores setmanals, tot i que no era com a periodista sinó com a ajudant de redacció”. A més, assenyala que les tasques que assumia requerien una exigència molt superior a la que es podria esperar d’una estudiant: “Cada cop em deixaven fer més temes, anar a cobrir rodes de premsa, assumir més tasques... potser no estava al nivell d’una redactora, però sense dubte no era una simple becària”, recorda.

En Marc, cap d’informatius d’una televisió local, admet que els estudiants en pràctiques són una peça imprescindible per a l’engranatge de la seva emissora, tot i que, d’acord amb la seva visió positiva de les pràctiques gratuïtes, no ho veu com un aspecte negatiu, sinó com a una oportunitat laboral per als implicats: “Nosaltres a l’estiu ens en sortim, segurament, gràcies als becaris. Això és així. Però si tu values la feina que fan, a vegades poden tornar. De la plantilla que tenim, hi ha personal que ha estat estudiant en pràctiques i que després ha pogut entrar en plantilla”, explica. En Guillem, també editor d’informatius televisiu, ho corrobora i explica que els estudiants sovint exerceixen les mateixes tasques que redactors en plantilla: “Tu a vegades necessites dos treballadors per anar a cobrir un acte, i potser no els tens, de manera que decideixes que hi vagin els estudiants en pràctiques [...]. Si tens clar que el tema no pot sortir bé perquè estan aprenent, d’acord. Però quan hi envies estudiants que funcionen, que són bons, i que vindran amb material que s’emetrà, aquí és on hi ha el problema [...]. Per què haig de

contractar un redactor més si tinc dos becaris que em serveixen per rodar?”, es pregunta. Per això, creu que cal reflexionar sobre “fins a quin punt estàs donant una oportunitat i fins a quin punt t’estàs aprofitant d’aquella gent que per il·lusió o per vocació està disposada a venir gratis, amb l’esperança, cada vegada més falsa, que es podran quedar a l’empresa”.

c) Increment de la competència

La saturació del mercat i la proliferació de la mà d’obra gratuïta han conduït a un escenari altament competitiu que propicia que molts professionals, amb l’objectiu d’aconseguir una feina, estiguin disposats a acceptar unes condicions cada cop més precàries. “La sensació és que som 400 persones per fer una mateixa feina, de manera que tu acceptes unes condicions que a vegades són deplorables i fins i tot il·legals [...]. En els darrers anys, les empreses han reduït a més de la meitat el que paguen per peça, perquè es troben amb un munt de gent que està disposada a fer-ho sigui quin sigui el sou”, explica l’Alba, autònoma de 34 anys. Per a en Jordi, de 23 anys, la situació és especialment complicada per als joves graduats que intenten aconseguir la seva primera feina: “Quan comences estàs disposat a fer qualsevol cosa, i això també és un problema, perquè tothom està disposat a començar amb unes condicions molt precàries. I és clar, si tu et fas el digne i no les agafes, les agafarà algú altre i tu et quedaràs sense feina”, lamenta.

Per tal de revertir aquesta situació, l’Òscar apunta que hauran de ser els mateixos periodistes els que es plantin i es neguin a treballar gratuïtament o en precari. “La situació del periodisme és nefasta, hi ha un excés de professionals, i sobretot hi ha molta gent disposada a treballar gratuïtament, la qual cosa és un error. Sí que quan ets jove et fa molta il·lusió treballar, i jo per exemple vaig estar treballant sis mesos gratuïtament com a estudiant en pràctiques, però ara me’n penedeixo molt”, admet. En Jordi hi està d’acord: “Si tothom es plantés i digués: *jo per aquests diners no treballo*, potser les coses canviarien, però és clar, sempre hi ha gent que ho necessita i ho acaba fent”. De fet, alguns entrevistats expliquen que ells mateixos han hagut d’acceptar feines amb salaris inferiors als que els correspondrien per experiència i formació perquè necessitaven els ingressos, i que només amb el temps, quan han tingut més experiència i prestigi, han pogut declinar

ofertes precàries. L'Alba és una de les que s'ha trobat amb aquesta situació: “Vaig haver d'agafar una feina en què cobrava 750 euros bruts com a falsa autònoma, treballant sis hores al dia de dilluns a divendres i un cap de setmana al mes de guàrdia. Jo sabia que aquest sou estava molt per sota de les meves capacitats, i ja portava feia nou anys que treballava de periodistes... però ho vaig haver d'agafar, perquè no tenia res més”.

Els propis entrevistats són conscients que acceptar salaris cada cop més baixos acaba essent contraproductiu per la professió com a col·lectiu, ja que, si accepten rebaixes, cada vegada els serà més difícil aconseguir uns sous dignes. Per això, l'Òscar insisteix que els professionals han d'estar disposats a frenar aquesta tendència, per difícil que sigui: “Aquí hi ha un problema, que és un excés d'oferta i que hi ha molta gent disposada a treballar a qualsevol preu [...]. Si no tens res més acabes agafant el que sigui, però en el moment que ho acceptes t'arrisques a què arribi algú que encara cobri menys. I aquí t'estàs cavant la teva pròpia tomba, perquè sempre hi haurà algú que estigui disposat a fer-ho gratis”, explica. En una línia similar, la Sònia, autònoma de 47 anys, alerta que, un cop les empreses han comprovat que els periodistes segueixen treballant igual malgrat que se'ls retalli el salari, després és molt més difícil que els sous tornin a pujar: “Un cop has tret els diners a la gent, com els hi tornes a donar? Si l'empresa sap que treballo per 500, per què me n'haurien de pagar 1.200?”, reflexiona.

d) L'amenaça de l'intrusisme professional

En un mercat laboral tan saturat i altament competitiu com el descrit, l'intrusisme professional és percebut pels participants com una altra de les causes que contribueixen a la precarietat del periodisme. Tal com s'ha descrit en el marc teòric, a Catalunya no és obligatori haver estudiat Periodisme ni formar part de cap col·legi professional per poder-se dedicar a aquest sector, de manera que, a la pràctica, aquesta professió la pot exercir qualsevol persona, sense que hi hagi cap regulació. A parer dels entrevistats, aquesta manca d'exigència ha fet que empreses, institucions i ciutadania atorguin molt poc valor a la formació en l'àmbit comunicatiu dels periodistes i que generalment es consideri com una professió senzilla que pot realitzar qualsevol persona, fet que obre les portes a l'intrusisme professional.

Malgrat que legalment no sigui obligatori, no hi ha acord entre els participants sobre la necessitat de cursar estudis de Periodisme o Comunicació per poder dedicar-se a la professió. Els participants més veterans -que, segons els resultats de l'enquesta, presenten el menor índex de formació universitària- i també els de mitjana edat no veuen imprescindible tenir estudis especialitzats per poder-se dedicar al periodisme, en considerar que es tracta d'una professió que no s'aprèn a les aules sinó a mesura que s'exerceix. L'Enric, de 61 anys, n'és un exemple, ja que va començar a treballar en el sector amb setze anys i amb només el batxillerat aprovat: "Jo vaig aprendre a fer de periodista quan vaig començar a fer de periodista. No tenia la més mínima formació quan vaig començar a treballar en una ràdio, i la professió la vaig aprendre a la redacció", assenyala. Aquesta falta de formació, tanmateix, no li va impedir assumir càrrecs de responsabilitat, ja que va arribar a ser redactor adjunt d'un diari d'abast català. Tampoc l'Alba i l'Òscar, de 34 i 35 anys respectivament, opinen que la seva formació universitària en Periodisme els hagi estat útil en la seva vida laboral. En el cas de l'Òscar, perquè considera que les empreses no valoren el títol sinó les habilitats professionals: "Al final, un títol és només un tros de paper, i el que les empreses volen és que tinguis la capacitat de ser resolutiu", reflexiona. Pel que fa a l'Alba, lamenta que tenir una formació especialitzada no li hagi servit per aconseguir unes millors condicions de treball: "Jo sempre dic que és una carrera que no serveix per res, perquè tinc unes condicions pitjors que els meus amics paletes o lampistes".

Altres participants, a més, critiquen la formació universitària en l'àmbit del periodisme per ser massa teòrica i no donar-los suficients eines per poder desenvolupar-se en l'ofici. Aquest és el parer de la Irene, de 53 anys i treballadora de la ràdio pública: "Vaig estudiar Periodisme perquè necessitava un paper que demostrés que era periodista, i a part d'això potser em va aportar alguna cosa més, però no gaire [...]. Tot el que sé ho he après molt més després, amb la pràctica professional". En Guillem, de 43 anys, no és tan radical, però també considera que la professió s'aprèn més les redaccions que a les aules: "Jo no sóc dels que renego de la carrera, perquè sí que et dona un marc teòric de reflexió i anàlisi, però també penso que no és a la universitat on t'han d'ensenyar a fer servir les màquines i aprendre les rutines del dia a dia", assenyala. "La manera d'agafar experiència, fa 25 anys i penso que encara ara, és posant-se a treballar", afegeix. En canvi, la participant de menys edat -l'Emma, de 22 anys- sí que defensa la formació universitària i considera que

la titulació és imprescindible per poder exercir la feina amb garanties. “Jo estic molt contenta amb la carrera, perquè m’ha ajudat a tenir una visió més crítica de les coses [...]. M’ha ajudat a tenir una base més sòlida”, assegura. Per a aquesta jove acabada de graduar, els professionals amb una formació especialitzada poden exercir el periodisme amb un major criteri, de manera que, des del seu punt de vista, són els únics que s’haurien de poder dedicar a la professió. “Sembla que qualsevol persona que tingui una veu bonica i una bona presència ja pot presentar un telenotícies o locutar a la ràdio, i no és això”, lamenta. Per això, creu que les noves generacions han de reivindicar-se per fer valer la seva titulació: “El periodisme està ple d’intrusos, i això es nota. Però arribarà un moment, si fem molta pedagogia que el periodista ha d’haver estudiat Periodisme, que tots els responsables dels mitjans seran periodistes”, vaticina. Per tant, es comprova com la professional més jove és la que millor valora la seva formació universitària, mentre que els més veterans la consideren poc útil i desconnectada de la realitat.

Els participants sí que coincideixen, tanmateix, en opinar que el fet que la formació no sigui obligatòria converteix el periodisme en una professió poc valorada, tant per part de les empreses com de la ciutadania, perquè hi ha la percepció generalitzada que és una feina senzilla i que la pot fer qualsevol persona, de manera que s’obre les portes a l’intrusisme professional. Una de les que es queixa és la Laia, responsable de xarxes socials d’una institució pública: “L’etiqueta de periodista es posa amb massa facilitat [...]. Moltes vegades els criteris qualitatius no es tenen en compte, i sembla que pel fet que t’agradi fer fotos ja ets un expert en Instagram”, lamenta. Els més preocupats són els més joves, que lamenten que el seu alt nivell de formació sovint no sigui valorat. L’Emma, de 22 anys, explica que sovint els seus coneguts li demanen que els faci tasques de comunicació de forma gratuïta, ja que no ho perceben com un ofici sinó com una mena de *hobby*: “A vegades em demanen que els escrigui quatre ratlles d’algun tema, o que els doni algunes idees per gestionar les xarxes socials de l’empresa on treballen. Ho veuen com una cosa tan quotidiana, tan habitual, que no li donen valor [...]. No es veu que això sigui una feina que s’ha de pagar i que hi hagi una formació al darrere, una lògica, una teoria, uns estudis”, lamenta. En el cas d’en Jordi, de 23 anys, creu que hi ha molts professionals sobrequalificats pel tipus de periodisme que els encarreguen fer, com per exemple escriure notícies a partir de tuits de famosos: “El problema és que hi ha gent molt

vàlida fent coses que en realitat podria fer qualsevol persona, tot i que segurament, si els donessin barra lliure per fer el que volguessin, farien una cosa molt millor”, considera.

e) Desprestigi de la professió

El desprestigi que està experimentant el periodisme davant la ciutadania és una altra de les causes que els participants vinculen a la precarietat. Es tracta, però, d'un fenomen que no atribueixen directament a l'intrusisme, sinó a la manca d'ètica d'alguns mitjans i/o professionals. Els entrevistats comparteixen el concepte que no són els estudis cursats el que converteix una persona en periodista, sinó la seva adherència i respecte als valors de la professió. Per tant, consideren que el problema no són les persones que treballen honestament com a periodistes malgrat no tenir una formació especialitzada, sinó aquells que difonen informació sense seguir uns estàndards ètics, tinguin o no titulació. Una de les que ho té més clar és la Irene, de 53 anys: “Hi ha molts periodistes que no donen la talla [...]. Potser hi ha gent de fora que ho està fent molt bé, que no ha estudiat però que són molt bons periodistes, i en canvi hi ha molts periodistes amb estudis que deixen molt a desitjar”, adverteix. En Marc, de 42 anys, hi està d'acord: “Intrusisme és aquell que fa periodisme sense exercir-lo bé. I no estic parlant de títols ni de carreres: tu pots no tenir cap carrera i ser un bon periodista, però hi ha gent que creu que fa periodisme quan en realitat no en fa”.

Diversos entrevistats alerten que les possibilitats tecnològiques que ofereix l'entorn digital ha fet proliferar portals suposadament informatius que, en realitat, no responen als estàndards ètics i qualitatius de la professió. Aquest és el tipus d'intrusisme que més els preocupa, ja que consideren que ha erosionat i segueix perjudicant el prestigi i la qualitat del periodisme. La Laia, que treballa en un gabinet de comunicació, ho descriu així: “Han aparegut nous mitjans, sobretot digitals [...], als quals s'han afegit una gran quantitat de persones que no tenen una formació en periodisme, i això ha generat un nou panorama en què la fiabilitat es posa en dubte”, alerta. En Marc, cap d'informatius d'una televisió local, els qualifica de “pseudo-mitjans”: “Les xarxes socials han donat via lliure a aquesta gent, que fa pseudo-mitjans i a vegades només es dediquen a copiar el que surt en altres mitjans o per agències. I dintre de tot, això encara seria lícit si es respectessin els drets d'autor,

cosa que molts cops no passa”, adverteix. La Sònia, autònoma que treballa per un diari i una agència de notícies, creu que aquest tipus de mitjans no donen cap valor a la credibilitat: “Tu pots posar qualsevol cosa a Twitter i carregar-te una persona en tres minuts sense que ningú hagi confirmat que allò sigui veritat. Per a mi, això és terrible”, assegura.

L’existència d’aquest tipus de pseudo-mitjans provoca, segons alguns entrevistats, que la ciutadania tingui una percepció cada vegada més negativa del periodisme. “Estem estigmatitzats perquè molta gent creu que, avui en dia, ser periodista equival a ser un manipulador”, lamenta la Laia. La Irene, per la seva banda, coincideix en què el nivell de popularitat de la professió és especialment baix, tot i que fa autocrítica i adverteix que, potser, no tot es deu a l’intrusisme: “El periodisme era un dels col·lectius més ben reconeguts a les enquestes del CIS de fa uns anys, i ara tot això ha caigut en picat. I alguna cosa hi tenim a veure nosaltres, segurament”. Tot i això, els participants generalment comparteixen una reivindicació de la tasca del periodista i lamenten que sigui una figura tan desprestigiada. Per això, creuen que s’ha de posar en valor: “Cal una persona que sàpiga destriar el gra de la palla”, suggereix en Marc. L’Alba hi està d’acord: “La feina de periodista és més important que mai. S’ha de posar en valor aquesta tasca de comprovar, contrastar i contextualitzar”, afirma.

5.1.1.2 Conseqüències de la precarietat en les condicions laborals

Segons els resultats de l’enquesta, la precarietat laboral es tradueix especialment en uns baixos salaris -gairebé un 70% dels participants cobra per sota els 25.000 euros bruts anuals- i una elevada inestabilitat, ja que tan sols prop de la meitat dels participants disposa de contractes a temps complet i/o indefinits. Aquestes circumstàncies no només els aboquen a l’escenari d’incertesa laboral i personal descrita per Neilson i Rossiter (2006), Brophy i de Peuter (2007), Cohen (2007) i Kennedy (2012), sinó que, segons adverteixen, també té conseqüències directes en la qualitat de la informació que produeixen.

a) Baixos salaris

La precarietat salarial descrita en l'apartat 4.1 situa els baixos sous com la principal preocupació dels periodistes catalans, ja que un 72,8% dels participants en l'enquesta la considera un dels seus problemes dins l'àmbit professional. A nivell qualitatiu, les entrevistes en profunditat també revelen una profunda preocupació per les baixes remuneracions –especialment entre els periodistes més joves-, ja que els salaris en el sector del periodisme van empitjorar considerablement arran de la crisi econòmica iniciada el 2008 i des de llavors no s'han tornat a recuperar. Els entrevistats consideren que les baixes remuneracions, tant dels contractats com dels autònoms, fan que cada cop més periodistes, especialment joves, ho tinguin més complicat per viure de la professió, i lamenten que sovint les categories professionals -directament vinculades als salaris- no es corresponguin amb la feina que desenvolupen en realitat.

I. La necessitat de suport familiar

Les condicions econòmiques són especialment dures per a aquells periodistes joves, recentment graduats, que estan intentant fer-se un lloc en l'àmbit de la comunicació. Tots els participants de les entrevistes en profunditat, tant els més joves com els veterans, exposen la duresa econòmica dels seus inicis en el món del periodisme, descrivint un escenari on abunden les remuneracions inferiors als mil euros bruts mensuals per treballar a jornada completa i a vegades en torns de nit i/o cap de setmana, cotitzacions mínimes a la seguretat social, pagaments en negre i un escenari en què és molt difícil progressar laboralment; unes condicions que no es corresponen a l'elevat nivell de formació que tenen els periodistes més joves, molts dels quals disposen de més d'una titulació i sovint també de màsters i postgraus. I és que, malgrat que en la majoria de professions és habitual que els salaris dels joves siguin inferiors als dels sèniors -per la manca d'experiència professional-, els resultats indiquen que, en l'àmbit del periodisme, els sous del col·lectiu més jove són extraordinàriament baixos, amb pràcticament un 79% dels participants menors de 25 anys cobrant per sota els 15.000 euros bruts anuals. El fet d'haver-se trobat amb un mercat laboral precari des dels seus inicis professionals fa que els joves mostrin un elevat grau de resignació davant la situació, tot i que també admeten que, si no fos amb suport extern -per exemple, ajuda familiar- no podrien subsistir.

L'Emma, de 22 anys, és graduada en Periodisme i treballa amb un contracte de pràctiques a mitja jornada en un diari mentre estudia el grau en Dret, cobrant 500 euros al mes. “Sóc molt conformista: ara, les coses, són així [...]. Tinc tan interioritzada aquesta situació que només aspiro, quan acabi la segona carrera, a tenir un sou de mil euros. I si el tinc, em donaré per satisfeta”, assenyala. El seu baix salari no li ha permès assolir la independència econòmica, de manera que depèn dels seus pares, que li han pagat els estudis, la continuen mantenint perquè pugui dedicar-se al periodisme: “Els 500 euros que cobro són per a mi i els meus capritxos, i llavors els meus pares em paguen el lloguer del pis a Barcelona, les despeses, aigua, llum, menjar... en aquest sentit els he de donar les gràcies, perquè sinó no arribaria a finals de mes”, admet. En Jordi, amb un salari mensual de mil euros, arriba molt just a pagar-se les despeses i afirma que es pot dedicar al periodisme perquè compta amb el suport de la seva família i no té càrregues econòmiques: “No cobro gaire, però és clar, tinc els pares a darrere i visc de lloguer en un pis compartit. Si hagués de pagar una hipoteca o tingués fills, segur que no arribaria”, assenyala. Tot i això, igual que en el cas de l'Emma, en Jordi també mostra un cert conformisme, tenint en compte el marc de precarietat generalitzada: “De fet, no sé si el meu salari és baix, perquè conec gent que està pitjor”, afirma. Tots dos, doncs, se senten abocats a la precarietat salarial, però consideren que és un peatge que han d'assumir per poder-se dedicar a una feina que els agrada i es mostren confiats que la seva situació millorarà en el futur.

A la franja de mitjana edat, participants com en Guillem, editor televisiu de 43 anys, o l'Alba, autònoma de 34, també agraeixen el suport que familiar que van rebre en el seu moment per tirar endavant la seva carrera professional. El primer recorda que les seves primeres retribucions, llavors en pessetes, equivaldrien a 180 o 200 euros mensuals: “D'això no vius, però per a mi no era dramàtic perquè hi havia una família que em podia posar el plat a taula”, assenyala. També a l'Alba, el fet de gaudir de suport familiar i no tenir càrregues externes li ha permès poder dedicar-se al periodisme com a autònoma. “Jo tinc dos grans avantatges: una, que visc en una caseta de lloguer que el dia que no la pugui pagar agafaré les maletes i marxaré; i l'altra, que tinc una família que un plat a taula i un llit sempre me'l poden garantir”, explica. La Irene, de 53 anys, que també va tenir uns inicis professionals precaris però ara cobra un bon salari com a funcionària en una

emissora de ràdio pública, en aquests moments s'ho mira amb ulls de mare, ja que la seva filla ha estudiat Periodisme i observa amb preocupació les dificultats laborals amb què aquesta es troba: “És una llàstima que et passis quatre o cinc anys estudiant una carrera, dedicant-li el teu temps i esforç, i hi hagi un esforç econòmic per part dels pares, i no hi hagi una recompensa. Per a molts joves periodistes, tenir suport de casa és l'única manera de sortir-se'n, perquè si s'han de pagar un lloguer i totes les despeses, no poden viure del periodisme”, adverteix.

II. Una tendència a l'empitjorament

Tot i que els salaris en l'àmbit del periodisme tradicionalment han estat inferiors als d'altres professions on la col·legiació és obligatòria, els entrevistats més veterans, com l'Enric, de 61 anys i en situació d'atur previ a la jubilació, recorden èpoques de bonança en què els sous eren elevats, especialment en els grans mitjans d'àmbit català. En canvi, els efectes de la crisi econòmica del 2008 i la posterior crisi de model que han patit els mitjans -especialment la premsa- a causa de la irrupció d'internet, on els continguts gratuïts han fet disminuir en picat la rendibilitat del negoci, han tingut efectes devastadors sobre els sous dels periodistes, que han experimentat una evolució clarament negativa. Però mentre els més joves han viscut sempre en un context de precarietat salarial, i per tant es mostren altament resignats, els participants més veterans –especialment aquells que treballen per a empreses privades- es mostren molt més preocupats per les reduccions salarials que han patit en l'última dècada.

“Des de la dècada dels 2000, les condicions són molt més penoses: no entra gent nova, no es milloren les condicions laborals sinó que s'empitjoren, i hi ha la sensació que poder-se guanyar la vida en el món del periodisme és cada vegada més complicat”, explica l'Enric, a qui el diari pel qual treballava va rebaixar quatre categories professionals de cop a causa de la crisi. També la Sònia, autònoma de 47 anys que treballa per a un diari i una agència de notícies, ha notat els efectes de la crisi en el seu salari: “Fa vint anys que treballo per a l'agència, i les condicions que tenia al principi eren molt millors de les que tinc ara. M'han reduït el que em paguen per peça, m'han reduït el nombre de peces que em paguen i hi ha mesos que només cobro 300 euros”, explica. Com a autònoma, s'ha de

pagar també el material i les despeses, de manera que en algunes ocasions treballar gairebé no li surt a compte. Mentrestant, la Irene, empleada d'una emissora de ràdio pública, considera que en el fons la crisi ha suposat una excusa per a les empreses de comunicació per reduir despeses i intentar elaborar els seus productes amb menys mà d'obra: "La crisi ens ha fet molt mal, però ha estat més aviat una excusa perquè les empreses puguin dir: si necessito quatre persones, en pago dues i gràcies", opina.

III. Una progressió cada cop més llarga i difícil

Els entrevistats també corroboren que aconseguir un bon salari sovint requereix anys d'experiència professional -segons l'enquesta, de mitjana se'n necessiten setze per poder aspirar a cobrar més de 25.000 euros bruts anuals- i lamenten que, com que no estan regulades, les categories professionals que ocupen els periodistes no es corresponen a les tasques i responsabilitats que en realitat assumeixen. El participant més veterà, l'Enric, de 61 anys i actualment en situació d'atur previ a la jubilació, recorda que només va començar a tenir un sou "correcte" quan portava una dècada treballant en el sector. Un dels hàndicaps amb els quals es va trobar, i que també han experimentat altres participants, és que sovint les empreses atorguen als seus treballadors categories professionals -determinants a l'hora d'establir el salari- inferiors a la feina que realitzen i a les responsabilitats que assumeixen, mentre que aconseguir ascensos és molt difícil. Així recorda en Marc, cap d'informatius d'una televisió local, els seus inicis en un mitjà escrit: "Entraves com a ajudant de redacció, però només quan portaves cinc anys a l'empresa i ja estaves exercint com un redactor normal, et reconeixien la categoria. Era una qüestió purament burocràtica per estalviar diners a l'empresa, ja que sovint la categoria que tens no va associada, en cap cas, a la feina que realitzes".

Segons la Irene, això fa que, tal com indiquen Deuze i Witschge (2017), existeixin dobles escales salarials dins de les redaccions, amb professionals veterans que disposen de categories més altes i millors salaris –condicions assolides en anys de més bonança econòmica per al sector- i periodistes joves que, malgrat fer la mateixa feina, tenen salaris més baixos i pitjors condicions. Un dels que es troba en aquesta situació és en Jordi, que amb 23 anys treballa en el sector digital -el més precari- i es mostra decebut perquè la

feina que realitza i la responsabilitat que assumeix no es veuen reflectits en el seu salari. “Jo crec que cobro poc, perquè treballo moltes hores i tinc molta responsabilitat [...]. Cobro mil euros, i si em diguessis que sóc un estudiant en pràctiques, d’acord, però tinc tanta responsabilitat com qualsevol altre”, es queixa. En Marc, cap d’informatius d’una televisió local, confirma que el seu nivell d’exigència amb els empleats no té en compte els baixos salaris que cobren: “Sé que els meus treballadors cobren poc, però jo els considero tots iguals. Estem en aquesta empresa per fer televisió, per fer informatius, i per tant no tinc en compte les seves condicions laborals, perquè sé que els que siguin bons tindran la sort de poder marxar i guanyar més diners en un altre mitjà”, apunta.

I és que el fet que es requereixi una mitjana de setze anys per arribar a tenir un salari satisfactori desmotiva alguns professionals, que acaben abandonant els llocs de treball més precaris -sovint en mitjans- per buscar millors oportunitats. Segons en Marc, però, això no preocupa excessivament a les empreses, que consideren que els periodistes són substituïbles, de manera que s’han acostumat a les rotacions de personal i prefereixen pagar baixos salaris a periodistes inexperts que passen temporades curtes a l’empresa en lloc de recompensar econòmicament l’experiència dels més veterans. Ell mateix, com a cap d’informatius, ho equipara amb el funcionament d’un equip esportiu: “En certa manera, els baixos salaris ens perjudiquen perquè sol haver-hi molts canvis de personal en pocs mesos, però al final també t’adaptes als canvis [...]. Has de funcionar com un club de futbol, i encertar-la amb els fitxatges”, apunta.

IV. L’esclatxa salarial entre el sector públic i privat

Les dades de l’enquesta també revelen una important esclatxa salarial entre els treballadors de les empreses de comunicació públiques i privades, ja que els sous són considerablement més alts en el sector públic. Davant d’aquesta circumstància, alguns entrevistats que treballen en empreses privades qüestionen que els salaris en els mitjans de comunicació públics siguin tan alts, en considerar que això causa greuges comparatius amb els treballadors de mitjans o gabinets de comunicació privats. L’Enric, de 61 anys i que ha desenvolupat la seva carrera professional en empreses privades de ràdio i premsa, és un dels que ho té més clar: “La meva generació vam viure el *boom* de la creació de la

ràdio i la televisió públiques a Catalunya, que van generar una quantitat brutal de llocs de treball, però també és veritat que es van establir amb unes condicions gairebé de funcionaris públics [...] i que no tenen res a veure amb les de preu de mercat. Per tant, és evident que les diferències entre l'empresa pública i privada són brutals, exagerades, inadequades”, valora. En Marc, que abans de ser cap d'informatius d'una televisió local privada havia treballat en premsa, hi està d'acord: “Caldria analitzar, segurament, alguns sous de mitjans públics, veure si és necessari que hi hagi tanta gent cobrant tants bons sous”, reflexiona.

En canvi, els dos entrevistats que treballen en mitjans públics, conscients de les crítiques que sovint reben els seus elevats salaris, defensen que la seva remuneració va d'acord amb la feina que realitzen i que és un dels factors que més repercuteix en la qualitat de la informació. Per tant, consideren que el problema no és que els salaris del sector públic siguin massa alts, sinó que els del privat són massa baixos. Així ho veu en Guillem, treballador de la televisió pública de Catalunya: “És evident que les condicions laborals de la meua empresa, si parlem de sou i horaris, en comparació amb com està el mercat, són molt bones. No es pot negar. Però aquí hi ha el debat de fons sobre què hauria de cobrar la gent: el problema és que els treballadors d'un mitjà públic d'àmbit nacional cobrin 2.000 euros al mes, o el problema és que els altres no cobrin això? Aquests 2.000 euros al mes, fan que la feina es realitzi d'una manera o altra? Jo crec que sí”, considera. En la mateixa línia, la Irene, que treballa a la ràdio pública d'àmbit estatal, apunta que els joves periodistes que s'incorporen a la seva empresa no cobren uns salaris tan elevats com els que s'oferien temps enrere, però tot i això subratlla que “estan molt millor que si estiguessin en una emissora privada”.

V. Una professió només per a privilegiats

Tots aquests testimonis transmeten a un escenari en què, en el futur, potser només es podran dedicar al periodisme aquells que procedeixen de famílies amb un bon nivell econòmic, que els puguin mantenir durant anys de baixos salaris, ja que la professió es pot acabar convertint en un luxe més que en un ofici. Alhora, defineixen un panorama en què la precarietat salarial es converteix també en precarietat vital, ja que, com han

mencionat diversos participants, els baixos salaris només els permeten sobreviure compartint pis, vivint de lloguer i sense possibilitats de formar una família pròpia. Tot i això, hi ha quatre entrevistats que s'escapen d'aquesta tendència negativa: els que exerceixen en gabinets de comunicació, en mitjans de titularitat pública –on, com s'ha comprovat en l'anàlisi quantitativa, els salaris són més elevats que a l'empresa privada– i l'Òscar, que treballa com a corresponsal a Barcelona per a mitjans de comunicació estrangers i que es mostra satisfet tant amb el sou com amb les condicions de treball.

En el cas de l'Òscar, abans de dedicar-se al periodisme internacional havia treballat per a empreses catalanes i espanyoles, on patia unes condicions molt més precàries i on va arribar a perdre un 33% de la seva nòmina, de manera que ara es considera un “privilegiat” dins la professió. “Treballar per mitjans estrangers facilita tant que et paguin el que toca com que et paguin ràpidament”, indica, i afegeix que “des del punt de vista econòmic, et paguen quantitats justes per la feina que fas, i cobro pràcticament el triple que els meus col·legues que fan la mateixa feina que jo per a mitjans espanyols”. “A més, abans em podia estar durant mesos reclamant factures, i en canvi ara, si faig una factura, al cap d'una setmana l'he cobrat”, subratlla. El seu testimoni concorda amb les dades quantitatives, que indiquen que els treballadors de mitjans internacionals tenen un grau de satisfacció amb les seves condicions laborals (6,93) superior a la mitjana (6,27), i suggereix que la precarietat del sistema mediàtic espanyol és superior a la d'altres països.

VI. Una amenaça per a la qualitat de la informació

Més enllà del terreny personal, els entrevistats adverteixen que els baixos salaris també tenen incidència en la qualitat de la informació, especialment en el cas dels autònoms: com que han vist reduït el preu que cobren per peça, han d'augmentar la producció per arribar a final de mes, de manera que hi ha el risc que no sempre puguin invertir temps ni esforços en continguts que no els generin rendibilitat, encara que puguin ser transcendents per a l'interès públic. “Hi ha dies que acabo treballant 12 o 15 hores i facturo un màxim de 100 euros, que és el que em paguen per pàgina sencera. I a més, durant tot el dia vas passant vídeos, fotografies i informació minut a minut per actualitzar el web, però això no t'ho paga ningú. Representa que tot està inclòs en els 100 euros, o menys, que acabes

facturant per aquella feina, i això fa que moltes vegades, òbviament, acabis desmotivats”, es queixa l’Alba.

Per a aquesta participant, la desmotivació es tradueix en el fet que valora que hi ha temes que no val la pena treballar, o si ho fa, hi dedica els mínims esforços: “Quan tinc un tema al davant, calculo la gasolina que em gastaré de cotxe, el temps que hi estaré i el que em pagaran. I si veig que no et surt a compte, ho faig per telèfon o directament no ho cobreixo”, assenyala, tot considerant que aquesta és una de les causes per les quals s’ha anat reduint el periodisme d’investigació. “És molt difícil poder treballar temes en profunditat, perquè hi destines molt de temps i diners i a vegades el mitjà t’acaba dient: *ens sap greu però anem molt plens*, de manera que ja estic cansada de treballar perdent diners”, lamenta. Malgrat l’experiència d’aquesta testimoni, tanmateix, cal recordar que els resultats de l’enquesta indiquen que els autònoms tenen un major grau de llibertat a l’hora d’elaborar continguts que els professionals contractats, i que sovint les seves informacions tenen un major grau d’originalitat que aquelles que s’elaboren des d’una redacció.

b) Una elevada inestabilitat

El fet que la inestabilitat sigui la segona causa de preocupació en el sector, assenyalada per un 47% dels enquestats, es correlaciona amb el fet que, tal com s’ha vist a l’apartat 1, només un 50% dels participants tenen un contracte a temps complet i tan sols un 49% estan contractats de forma indefinida. Per tant, es pot afirmar que la inestabilitat, en les seves diferents formes –autònoms, col·laboradors, estudiants en pràctiques, a l’atur...- té una forta presència en el mercat laboral del periodisme a Catalunya. En alguns casos, a més, es tracta de “falsos autònoms”, és a dir, treballadors que no tenen contracte i que s’han de pagar la quota d’autònoms malgrat produir de forma gairebé exclusiva per a un sol mitjà i dedicar-hi pràcticament tota la seva jornada laboral. De les entrevistes en profunditat se’n desprèn que aquesta inestabilitat no és una opció voluntària per a la majoria de professionals que l’experimenten, sinó que sovint s’hi veuen abocats davant la impossibilitat d’aconseguir un contracte. Segons alerten, aquesta situació no només els genera una inseguretat econòmica en l’àmbit personal, sinó que també posa en risc la

pluralitat informativa i la funció del periodisme com a servei públic, ja que el fet d'haver de treballar per diversos mitjans alhora pot impedir que tots els continguts gaudeixin de la qualitat desitjada.

I. Autònoms per obligació, no per vocació

La meitat dels entrevistats s'ha quedat a l'atur en alguna ocasió al llarg de la seva carrera professional. En tots els casos, la intenció inicial va ser buscar una nova feina, però es van trobar amb un mercat laboral saturat i amb poques oportunitats de treball – especialment a partir de la crisi que va esclatar el 2008-, on els acomiadaments eren més freqüents que les contractacions. En molts casos, la solució va passar per convertir-se en autònoms, ja que era l'única manera de poder treballar. Per a la majoria, tanmateix, es tracta d'una situació laboral no desitjada, ja que preferirien tenir l'estabilitat que atorga un contracte. De fet, tal com s'ha vist en l'apartat quantitatiu, els autònoms són un dels col·lectius més insatisfets amb la seva situació laboral, ja que la seva valoració se situa en un 5,71, mentre que la mitjana és de 6,27.

Una de les participants que es va trobar en aquesta situació va ser l'Alba, de 34 anys. Quan l'emissora de ràdio on treballava amb un contracte indefinit va tancar, va començar una recerca infructuosa de feina que no li va deixar més remei que fer-se autònoma: “Em vaig haver de fer autònoma perquè no vaig trobar cap feina fixa, sinó que només em van sortir col·laboracions temporals i a temps parcial. L'única manera que tenia de facturar-les legalment era fer-me autònoma, o sigui que em vaig anar a donar d'alta. Recordo que li vaig dir a l'home: *Espero tornar d'aquí tres o quatre mesos a donar-me de baixa*, però ja han passat sis anys i segueixo com a autònoma”. Per tant, el que s'havia de convertir en una inestabilitat temporal s'ha acabat convertint en permanent per a l'Alba, que admet que en el futur li agradaria seguir dedicant-se al periodisme “però contractada”. La Sònia es troba en una situació molt similar: treballa com a autònoma per a un diari i una agència de notícies, però en el seu cas, amb 47 anys, es mostra pessimista davant la possibilitat d'aconseguir una feina estable: “La meva gran il·lusió seria, abans de morir-me o de deixar de treballar, tenir un contracte i una panera per Nadal [...]. Però tal com està la

situació general del periodisme, no hi ha cap opció que m'agafin de manera fixa", lamenta.

II. Les renúncies que implica l'estabilitat

Dos dels entrevistats, en canvi, sí que han aconseguit passar d'una feina inestable a gaudir de contractació indefinida, tot i que en ambdós casos s'han vist obligats a fer renúncies professionals, sigui en l'àmbit econòmic o vocacional. La Laia, de 37 anys, va prioritzar tenir una vida personal estable, encara que fos fora del món de la comunicació, i va abandonar un contracte temporal com a periodista per preparar unes oposicions com a administrativa en el sector públic. "Fer feines administratives no era la meua vocació, però jo volia l'estabilitat que em donaria una plaça", explica. Ella és, doncs, un dels exemples de professionals –sobretot dones– que abandonen el periodisme a la recerca d'una major estabilitat, especialment amb l'arribada de la maternitat. En el seu cas, anys més tard va poder tornar a l'àmbit de la comunicació i actualment està satisfeta treballant en un gabinet de premsa, però reconeix que aquesta no és la situació més habitual, ja que molta gent que abandona la professió ja no hi torna. Per la seva banda, en Marc, de 42 anys, va començar com a autònom i, malgrat que s'hi guanyava bé la vida, quan va tenir l'oportunitat de tenir un contracte no va dubtar i va escollir l'estabilitat malgrat que això significava un salari més baix: "La duresa de l'autònom em va fer pensar que sí, que feia molts diners i em guanyava molt bé la vida, però no podia fer vacances, si no treballava deixava de cobrar... i vaig pensar que tornant a tenir contracte guanyaria en estabilitat, encara que guanyés menys diners". La decisió, a la llarga, ha resultat correcta, perquè l'estabilitat professional li ha comportat també una estabilitat vital: "Quan ja hi portava un temps llarg i vaig veure que no em feien fora com el primer cop, em vaig poder comprar un pis i llavors et plantejges l'evolució vital de qualsevol persona quan va fer anys". La seva situació contrasta, en canvi, amb la de la Sònia, a qui la inestabilitat laboral la condiciona també en l'àmbit personal: "No puc ni anar a comprar un rentaplats, perquè com que no tinc nòmina, no me'l posarien mai a terminis. I clar, que amb gairebé 48 anys no et puguis ni comprar un rentaplats a terminis, és molt gros".

En canvi, l'Òscar, que amb 35 anys treballa com a autònom per diferents mitjans estrangers, és l'únic dels entrevistats a qui no el molesta la inestabilitat. La clau, en aquest cas, és la satisfacció que sent amb la seva feina: com s'ha vist anteriorment, es considera ben pagat, i a més gaudeix de la llibertat que li dona el fet de no tenir contracte fix. Per tant, en el seu cas, malgrat que també es va haver de fer autònom per obligació -quan el van acomiadar d'un lloc de treball anterior-, el procés ha estat exitós. “Em vaig tirar a la piscina i el primer any i mig va ser complicat [...], però ara mateix no canviaria la meva situació per ficar-me en una redacció amb un sou fix i vacances pagades. No tindrè vacances pagades, però tindrè més temps lliure i podré triar els temes que faig”, assenyala. El seu testimoni, doncs, mostra una clara diferència respecte als autònoms més mal pagats, que no poden escollir els continguts que elaboren sinó que es veuen obligats a prendre decidir-los en funció de càlculs econòmics. Un cop més, doncs, es posa de manifest la diferència entre la precarietat que viu el sistema mediàtic espanyol i la millor situació que viuen els mitjans internacionals.

III. La distància entre autònoms i redacció

La inestabilitat que pateixen els autònoms també influeix en les seves rutines professionals, ja que el fet de treballar físicament fora de la redacció els genera una major soledat i falta de contacte amb la resta de companys, de manera que sovint no se senten integrats en el col·lectiu. “Era tan poca cosa que al principi no em deixaven comprar ni la loteria de Nadal, per no tenir vinculació directa amb l'empresa”, explica la Sònia. Però més enllà de l'anècdota, hi ha ocasions en què els autònoms no s'assabenten de les instruccions o directrius que estableix l'empresa: “A vegades es produeixen canvis de criteri i tu te n'assabentes de rebot perquè algun dia algun company té el detall d'explicar-t'ho, però no hi ha cap comunicació de la direcció amb els col·laboradors”, explica l'Alba. Un exemple, de fet, va ser quan va haver-hi la vaga feminista del 8 de març: “Ningú em va avisar que es feia vaga [...]. Llavors jo, que m'havia treballat una peça, em vaig trobar que no va sortir publicada, perquè a mi ningú em va dir que aquell dia es feia vaga, de manera que jo vaig treballar per res, perquè sóc autònoma i no sé què són les vagues”, assenyala la mateixa entrevistada. A més, la distància física també dificulta que els autònoms tinguin més complicat defensar els seus continguts i punts de vista davant dels seus superiors: “Els teus temes sempre acaben rebent molt poc bombo, perquè com que

tu no hi ets per defensar-los, són els primers a caure”, lamenta l’Alba. També en Guillem, que en els seus inicis va ser corresponsal i autònom, recorda com a vegades li era difícil guanyar-se la confiança dels seus caps des de la distància: “A vegades et trobaves en situacions ridícules, que tu estaves en el lloc veient una realitat i de sobte et trucaven i et deien: *és que hi ha un teletip que diu una altra cosa*, i t’intenten corregir, matisar, allò que tu has vist amb els teus propis ulls”, recorda. Per això, assegura que, des de la seva actual posició com a editor d’informatius, procura tenir molt en compte la visió dels corresponsals que estan sobre el terreny.

IV. Les conseqüències de la inestabilitat econòmica

Sovint, la manca de contracte i el fet de ser autònom suposa també una inestabilitat econòmica, ja que les dades de facturació poden variar cada mes, fet que angoixa molts autònoms. “El que més em mata és no saber què cobraré, perquè no és el mateix ingressar 800 euros que 1.300, ja que les despeses mensuals les tens igual i t’has de buscar la vida”, explica l’Alba. La Sònia, per la seva banda, indica que fa anys tenia una major estabilitat com a autònoma, ja que tenia garantida una quantitat fixa al mes que després augmentava en funció de la feina realitzada, però que l’empresa li va eliminar aquest fix amb la crisi econòmica i que per tant ara mai sap quins seran els seus ingressos. Fins i tot l’Òscar, malgrat estar satisfet amb la seva situació com a autònom, reconeix que la inestabilitat econòmica li genera certa intranquil·litat: “Mai sé quina nòmina tindrè a final de mes, i vius sempre una mica amb la por de perdre els clients grans. Sempre tens por que vingui algú rebentant els preus i que et tregui un client amb qui tu t’has passat anys guanyant-te la confiança”, explica.

Per això, tenint en compte que les empreses han rebaixat en els darrers anys els preus que paguen per peça, els entrevistats apunten que, tot i els seus esforços per mantenir els estàndards ètics, la necessitat de treballar per diferents empreses alhora té efectes negatius en la qualitat de la informació. Per una banda, alerten que el fet de no tenir un contracte amb una sola empresa pot fer que el compromís sigui menor. L’Alba, que és una de les autònomes més precàries, va intentar que el diari pel qual treballa li fes un contracte, però no ho va aconseguir –de fet, ni tan sols va rebre resposta-, de manera que la seva relació

amb l'empresa se n'ha ressentit: "T'he vingut a demanar a treballar només per tu, i oi que tu no m'has contestat? Doncs a la merda, prioritzaré altres feines", va pensar. El fet de veure's forçada a la pluriocupació, tanmateix, li provoca una sobrecàrrega de treball que té conseqüències negatives tant en el seu estat d'ànim com en la qualitat de la informació: "Entre la feina del diari i les feines que t'has d'agafar per poder arribar a finals de mes, la sensació és que has de produir, produir i produir. Tinc la sensació que no arribo enlloc i no acabo de fer res bé [...]. Hi ha temporades que puc tenir sis feines, però totes les faig malament, perquè estic pendent de les altres", assenyala. En canvi, considera que, si tingués un contracte laboral i es pogués dedicar a una sola feina, la faria molt millor. "Una de les coses que em *mata* és haver-me d'estar buscant constantment la vida [...]. Si tingués un contracte tindria la possibilitat de treballar més temes en profunditat i donar-los un enfocament propi", considera. Per tant, igual que succeeix amb els baixos salaris, la inestabilitat s'acaba convertint en una amenaça per al periodisme d'investigació i per a una agenda mediàtica plural i oberta.

V. La seguretat dels treballadors públics

En contraposició als autònoms, els dos participants que gaudeixen de més estabilitat i millors condicions laborals, ja que són funcionaris en mitjans públics, consideren que la seva situació els garanteix una major llibertat a l'hora de treballar, ja que saben que no seran acomiadats independentment del que publiquin. Així ho veu en Guillem, editor d'informatius d'una televisió pública: "Al llarg de la meua carrera m'he trobat amb col·legues que el fet de no tenir la plaça garantida els feia... no dic no ser ètics, però sí haver d'assumir les tesis que els venien imposades per part dels seus superiors", assenyala, tot explicant que això limitava molt aquests professionals a l'hora de treballar: "Jo he vist periodistes que no s'han atrevit a fer alguna pregunta per por al que poguessin dir els seus superiors [...]. En canvi, ens demanen si ho podem preguntar els de la televisió pública, perquè a nosaltres ens pot caure una bronca però sabem que no passarà d'aquí". En una línia molt similar, la Irene, que ha exercit diversos càrrecs en una emissora de ràdio pública, també creu que l'estabilitat ofereix als professionals un major grau d'independència: "Si tu estàs contractat en precari o ets autònom per a una empresa privada no et posaràs en segons quins *merders*, tant si acabes de començar com si ets el responsable d'un programa: si saps que entrevistant una determinada persona pots tenir

problemes, doncs no l'entrevistes. En canvi, si tens una estabilitat i una seguretat professionals, entrevistes a qui et dona la gana i ningú et pot dir que no", afirma.

D'entrada, aquestes percepcions contradiuen les dades obtingudes en l'enquesta, on s'ha pogut observar que els autònoms se sotmeten amb menys freqüència que els treballadors contractats als supòsits relacionats amb el principi de llibertat: la submissió a les directrius dels càrrecs superiors, l'adequació a la línia editorial del mitjà, l'autolimitació amb aquells temes que puguin ser perjudicials per a l'empresa, els conflictes d'interès i la publicació de contingut patrocinat. Tot i això, s'ha de tenir en compte que tant en Guillem com la Irene són funcionaris que treballen en mitjans públics, àmbit on tant el grau d'estabilitat com la satisfacció amb les condicions laborals són més elevats que en el sector privat, on abunden més els contractes parcials o temporals i els salaris són més baixos. D'aquesta manera, la titularitat de l'empresa, que té una forta incidència en les condicions laborals, és un factor a tenir molt en compte per contextualitzar aquestes percepcions.

5.1.1.3 Precarietat i rutines professionals

Més enllà de tenir efectes sobre les condicions laborals -i, per tant, també vitals- dels professionals, la precarietat també influeix en les rutines de treball en l'àmbit del periodisme. Els entrevistats dibuixen un escenari en què les retallades en les plantilles han comportat un excés de feina per a aquells que han aconseguit conservar el lloc de treball, fet que els comporta una sobrecàrrega de feina que sovint els obliga a fer hores extra no remunerades. A la pràctica, això es tradueix en uns horaris de treball cada vegada més llargs que dificulten la conciliació de la vida laboral i familiar, especialment amb l'arribada de la maternitat.

a) Excés de feina

El context mediàtic espanyol descrit per Palacio et al (2018), que en els darrers anys ha suposat el tancament de diversos mitjans de comunicació i nombroses reduccions de plantilla, s'ha sumat a un entorn tecnològic que ofereix a les empreses la possibilitat

d'oferir un ampli ventall de continguts les 24 hores al dia. És per això que els periodistes en actiu tenen més feina que mai, ja que plantilles minvades, sovint complementades amb autònoms, falsos autònoms o col·laboradors, han de produir quantitats ingents d'informació. En aquest context, un 42,5% dels participants en l'enquesta es mostren preocupats per la seva sobrecàrrega de treball; un fet que, alerten, incideix de forma molt directa en la informació que elaboren. Els participants en les entrevistes ho corroboren i alerten que aquest és un altre aspecte perjudicial per a la qualitat de la informació.

I. Reduccions de plantilla i sobrecàrrega laboral

Els entrevistats dibuixen una situació paradoxal: en un moment en què a les universitats catalanes es graduen més periodistes que mai, hi ha menys contractacions a causa de les retallades de personal que han dut a terme les empreses, especialment a partir de la crisi de 2008. Això, a banda d'un augment de l'atur, també implica que els periodistes que queden en actiu –sigui amb contracte o com a autònoms- hagin d'assumir més tasques, en alguns casos per a les quals no estaven formats, i que pateixin una sobrecàrrega laboral amb uns salaris que, tal com s'ha vist, són generalment molt precaris. Segons indiquen els participants, la voluntat de les empreses és produir la màxima informació possible reduint al mínim els costos de personal, de manera que molts professionals acaben assumint la feina de companys que han estat acomiadats. Aquest és el cas de la Laia, de 37 anys, que durant la seva etapa com a redactora d'un diari va haver d'assumir la tasca de diversos companys a causa d'un expedient de regulació d'ocupació (ERO): “Faltava molta gent, i havies de cobrir diverses àrees que abans eren cobertes per dues o tres persones”, recorda. En el seu cas, ho va aguantar durant un temps perquè era jove i tenia una forta vocació. Al cap d'uns anys, però, se'n va acabar cansant i va abandonar el diari per buscar un lloc de treball més estable a l'administració pública. També en Marc, cap d'informatius d'una televisió local privada, admet que la falta de personal s'ha convertit en un problema endèmic a la seva empresa, de manera que això els condiciona a l'hora de treballar: “En empreses privades com la nostra, tenim molt poques mans i moltes coses per explicar, de manera que, a més de criteris periodístics, hem d'aplicar uns criteris d'eficiència, practicitat i temps [...]. Els recursos humans sempre són migrats per les necessitats i per la feina que fem, que cada dia és molta”, assenyala.

Destaca el fet que els treballadors dels mitjans públics, que s'han mostrat menys preocupats per altres dimensions de la precarietat com els baixos salaris o la inestabilitat, sí que es queixen de la falta de personal i denuncien que les seves plantilles han hagut d'anar assumint cada vegada més tasques. La Irene, que treballa en la ràdio pública espanyola, assenyala que la plantilla de l'emissora és molt reduïda per a la programació que emet, la qual cosa requereix un esforç extraordinari per part dels treballadors: "Excepte els grans programes, la resta tenen molt poca gent, i a vegades una sola persona s'encarrega de tot un programa. I com que som tan pocs, si et poses malalt o agafes vacances ho has de deixar fet abans [...]. Jo, per exemple, estic sola al meu programa, de manera que m'ho he de fer tot i dedicar-li moltes hores. És molt d'esforç", apunta. També en Guillem, que treballa a la televisió pública catalana, lamenta que cada cop es cobreixen menys vacants i és més difícil fer contractacions: "Va haver-hi les jubilacions, o millor dit, acomiadaments dels majors de 61 anys, però amb les retallades només es fan substitucions en casos molt puntuals", explica. Aquest panorama contrasta amb els records que té l'Enric, jubilat de 61 anys, de la dècada dels 90, quan la majoria de mitjans quadraven els números sense problemes i comptaven amb plantilles àmplies i ben pagades. "Érem 50 o 60 persones només en una delegació. Donava gust perquè podies fer moltes coses, en canvi ara això és molt més complicat", lamenta.

II. Hores extra no remunerades

En nombroses ocasions, els professionals que han d'assumir una sobrecàrrega de feina acaben allargant la seva jornada laboral i fent hores extra, que no sempre són remunerades. A periodistes joves com l'Emma, de 22 anys, no els fa res assumir tota aquesta feina perquè confien que els servirà per obrir-se un camí dins la professió: "Sóc una persona que, encara que em donis molta feina, te la faré, perquè m'agrada sentir-me útil i que em donin responsabilitats", afirma. També en Jordi, de 23 anys, considera que aquesta sobrecàrrega de feina és un peatge per ascendir dins de la professió, encara que es mostra més crític: "Fer més hores de les que et reconeixen també és precarietat, suposo. En el món del periodisme, per arribar a cobrar un sou normal has d'estar disposat a fer moltes hores extres que no et paguen i que no et compensen per cap costat, cosa que no passa, per exemple, en una farmàcia", apunta. Ell, personalment, es mostra molest per la situació: "Si em paguessin les hores que faig de més o l'endemà pogués entrar més tard a

treballar, segurament treballaria més content. Perquè no és just, no passa en altres feines”, critica. A més, considera que les empreses abusen de joves com ells, que estan intentant fer-se un lloc en el mercat laboral: “S’aprofiten que tenim vocació. Als diaris hi ha gent que està a dalt de tot i treballa molt poc, i en canvi els que són a baix, que són els que tiren realment endavant el diari, treballen molt i si volen arribar a tenir un sou digne han de treballar moltes hores”, assenyala.

Els autònoms són un altre col·lectiu que acumula queixes sobre les hores extra no remunerades; en el seu cas perquè el fet de cobrar per peça publicada i no per hores treballades sovint els obliga a treballar moltes hores de les quals no obtenen rendibilitat. Aquest és el cas de la Sònia, que es queixa que hi ha esdeveniments, com judicis o manifestacions, que requereixen moltes hores de feina per obtenir-ne un rendiment econòmic molt baix: “Les meves hores no es computen amb diners ni amb res. L’altre dia em vaig estar tretze hores cobrint una protesta, i un conegut em va dir: *T’hauràs fet rica!*, però jo en canvi vaig calcular que m’hauria sortit a mig euro l’hora”, lamenta.

III. Immediatesa i polivalència forçosa

Diversos entrevistats apunten que el fet d’haver d’assumir noves tasques també els està obligant a ser cada vegada més polivalents, fet que es tradueix en un menor grau d’especialització. “Entre els professionals hi ha tanta polivalència que tothom sap fer de tot però ningú sap fer res”, considera la Laia, que actualment treballa en un gabinet de comunicació. Això fa que, a vegades, els professionals no puguin fer bé cap de les tasques que tenen encarregades, com és el cas d’en Marc, cap d’informatius en una televisió local: “Segurament, si no faig del tot bé la meva feina com a responsable de l’informatiu és perquè edito, locuto, entrevisto, produeixo entrevistes, penso temes, faig previsions... si tingués algú que s’encarregués de tot això, segurament podria dedicar-me totalment a l’edició d’aquell informatiu i a corregir, modificar... però al final tot això no ho puc fer per una qüestió de gent”, descriu.

El cas d'en Marc pot explicar-se perquè treballa en un mitjà local, que, com s'ha vist, és un dels àmbits més precaris, amb salaris baixos i una alta rotació de personal. Però també en Guillem afirma que els treballadors de la seva cadena –la televisió pública catalana–, tot i no estar en una situació precària, han hagut d'anar assumint cada vegada més funcions. “Cada cop som més polivalents [...]. Els redactors estem muntant vídeos que fa quinze o vint anys no muntàvem nosaltres, perquè hi havia muntadors. Per tant, hem hagut d'aprendre no només la narrativa del llenguatge audiovisual, sinó també a dominar unes eines tecnològiques que abans no dominàvem”, assenyala. A més, gràcies a l'evolució tecnològica, la televisió pública catalana compta des de l'any 2004 amb un canal que ofereix informació 24 hores al dia, de manera que, a banda d'adquirir noves habilitats tecnològiques, els periodistes han de produir més peces. En Guillem ho descriu així: “Abans produïem per un cicle informatiu determinat: els redactors del matí treballaven durant les seves vuit hores per a l'informatiu del migdia, i els de la tarda, per a l'informatiu del vespre. Ara el cicle de producció és permanent, i si abans feies una peça, ara potser en fas dos, tres o quatre en diferents formats. Per tant, estàs fent més feina que abans i estàs assumint més tasques dins l'elaboració d'aquesta feina”.

El flux informatiu continu que permeten les noves tecnologies ha convertit la immediatesa en un element clau per als mitjans de comunicació, especialment en l'àmbit digital però també en l'audiovisual. Els participants, però, adverteixen que això els comporta una major càrrega de treball que, conseqüentment, els deixa menys temps per poder reflexionar i garantir la qualitat de les informacions. En Marc, cap d'informatius d'una televisió local, alerta que l'escassetat de temps per elaborar les notícies es tradueix en la possibilitat d'errors involuntaris: “Segurament en algun cas algú hi veurà falta d'ètica periodística, quan en realitat, al darrere, potser el que hi haurà és una falta de temps. Perquè el rigor ètic que se'ns demana requereix temps, i si analitzem les feines periodístiques que fem en l'actualitat, temps és el que menys tenim”, reflexiona. En Guillem, editor de la televisió pública catalana, hi està d'acord: “Com que ara fem tota una sèrie de tasques que abans no fèiem, ens afegim estrès a la feina que ens fa tenir menys temps per entrar en discussions. En algunes seccions, la realitat del dia a dia se'ls menja i gairebé no tenen temps ni de parlar”, afirma. Com a autònoma, l'Alba també es veu perjudicada per aquest flux informatiu ininterromput, ja que l'exigència d'immediatesa per part dels seus superiors s'acaba traduint en jornades de treball

maratonianes que repercuteixen en la qualitat de la seva feina. “Som una fàbrica de producció de notícies, i estem obsessionats, almenys en el meu diari, en ser els primers. Si dediquéssim la meitat del temps que dediquem a intentar ser els primers a intentar ser els millors, tot aniria més bé [...]”, considera. I en el seu cas personal, constata: “No escrius igual si portes deu dies seguits treballant dotze hores diàries que si has pogut descansar i fer la teva jornada laboral de vuit hores”.

Malgrat l'experiència de l'Alba, els autònoms són el col·lectiu que mostra una major capacitat per frenar les urgències informatives dels seus respectius mitjans, ja que el fet de treballar físicament fora de les redaccions els permet veure's més alliberats de determinades dinàmiques i pressions. Per tant, i confirmant el que s'ha vist en l'anàlisi quantitativa, mostren un major grau d'independència tant per evitar els errors derivats de la precipitació com per intentar rebaixar la pressió laboral. La mateixa Alba, per exemple, explica: “He après a relativitzar: sí que estic pendent del diari, però si arribo bé i si no, també. Que vols immediatesa? Paga-me-la, i si no, no m'atabalis”. En el cas de la Sònia, també autònoma, el que més la preocupa és cometre errors que puguin posar en dubte la seva professionalitat: “Prefereixo que el text sigui el màxim de correcte possible que no pas ser la primera o la segona en publicar, que això m'és absolutament igual”, assegura. Finalment, una vegada més, l'Òscar, que treballa com a autònom per a mitjans estrangers, és el participant que afirma sentir-se menys pressionat per la immediatesa: “Nosaltres treballem a un altre ritme. Anem més lents i no tenim els caps a sobre dient-nos: *com és que aquells tenen aquelles imatges i nosaltres no?* Sí que a vegades ens diuen: *No heu pogut gravar això?*, però són perfectament de la limitació de recursos que tenim”, assenyala. S'observa, doncs, que les dinàmiques de treball dels mitjans internacionals - que a més estan vinculades a millors salaris- permeten un major grau de reflexió i, per tant, una millor qualitat de la informació.

b) Horaris laborals poc conciliadors

Tal com s'ha observat en l'apartat anterior, l'excés de feina i el flux informatiu constant al llarg de les 24 hores del dia acaba comportant l'allargament de la jornada laboral dels periodistes, sovint amb uns horaris que els compliquen molt la conciliació laboral i

familiar. I aquesta és, precisament, la quarta dimensió de la precarietat que més preocupa als participants, ja que un 41% l'han marcat com una de les seves causes de preocupació; un percentatge molt similar al 42,5% de l'excés de feina, qüestió amb la qual està molt relacionada.

I. Una alta disponibilitat

Pràcticament tots els participants, tant els que estan contractats com els autònoms, coincideixen en assenyalar que dedicar-se al periodisme requereix una elevada disponibilitat horària, ja que la notícia pot saltar en qualsevol moment i els pot obligar a treballar en hores intempestives, caps de setmana i festius. Això fa que molts professionals no puguin tenir un horari predeterminat, o que els toqui treballar en franges difícils de conciliar amb la vida familiar. De fet, tots els entrevistats expliquen que en algun moment de la seva carrera han hagut d'assumir horaris de treball intempestius, especialment en els seus inicis, ja que els treballadors més joves generalment estan disposats a fer majors sacrificis per tal d'aconseguir un lloc en la professió. En Marc, de 42 anys i que ara és cap d'informatius en una televisió, recorda així els seus primers passos en un diari: "Quan vaig començar, treballava de dimecres a diumenge. Era un horari complicat, però entens que, essent la primera feina, l'has d'acceptar". En Jordi, que amb 23 anys treballa tots els caps de setmana en un mitjà digital, també ho contempla amb resignació: "Al final, els horaris són els que són perquè les coses passen quan passen [...]. A nivell personal jo crec que té molt a veure amb si ets jove o no, perquè quan ets jove aguantes més coses". Tot i això, lamenta que la majoria d'empreses no valorin aquests sacrificis, que generalment no es tradueixen en una millora de les condicions laborals: "Hi ha dies que surto molt tard de treballar i l'endemà hi torno molt aviat, i penso:estic aquí tot el dia i ningú m'ho reconeix. Però no crec que sigui només el meu mitjà, sinó que crec que passa a tot arreu".

Dels entrevistats que disposen de contracte laboral, els que més es queixen de tenir horaris poc conciliadors són els que treballen -o han treballat- en mitjans escrits, i de fet aquest es converteix en un dels motius per abandonar el sector. Una de les que s'ha trobat en aquesta situació és la Laia, de 37 anys, que va començar la seva carrera en un diari, on

cinc dies a la setmana –inclòs el cap de setmana- feia el torn de tancament i sortia a altes hores de la nit, circumstància que li feia molt difícil conciliar la feina amb la seva vida personal. “Em limitava molt. No m’agradava aquest tipus d’horari: a mi m’agrada tenir una vida una mica més ordenada, i la vida de periodista, almenys la que jo feia, era una mica més caòtica”, recorda. Per això, va acabar abandonant la feina el diari, malgrat que li suposava una gran satisfacció en l’àmbit vocacional, per treballar en un torn de matí a l’administració pública, en tasques no relacionades amb el periodisme. “Tenia ganes d’un altre tipus de vida, de fer altres coses, i amb aquesta nova feina ho vaig aconseguir, perquè em permetia tenir més ordre i poder-me organitzar més bé a nivell personal”, assenyala. També en Marc va acabar canviant la feina en un diari per la televisió quan va necessitar més estabilitat personal: “Estava esperant una criatura i al diari els horaris eren complicats: moltes reunions de nit, molta feina que et feia acabar molt tard... i en canvi, a la televisió tinc un horari més controlat, sense caps de setmana, i per tant m’ha permès millorar la conciliació”.

II. La “llibertat viciada” dels autònoms

Pel que fa als autònoms, independentment del tipus de mitjà pel qual treballin, es queixen que la seva disponibilitat ha de ser pràcticament absoluta les 24 hores del dia. I és que la llibertat que tradicionalment s’associa a aquests professionals–sense horari fix i sense l’obligació d’anar a fer acte de presència a la redacció- és una arma de dues cares: per una banda, permet una major flexibilitat a l’hora de tenir cura de familiars o dur a terme altres activitats, però per l’altra, segons descriu la Sònia, de 47 anys, acaba essent el que anomena una llibertat *viciada*, perquè a l’hora de la veritat mai poden desconnectar del tot. “El millor de ser autònoma és la llibertat d’horaris, perquè et permet adaptar-te’ls a la teva vida, però alhora també és el pitjor, perquè el temps se’t menja i acabes treballant totes les hores i més”, assenyala. L’Alba, autònoma de 34 anys, atribueix a les necessitats econòmiques aquesta necessitat d’estar pendent de l’actualitat durant tot el dia, ja que, en cobrar per peça publicada, ha de produir-ne tantes com pugui per poder tenir un millor salari a final de mes. Ho descriu així: “Els set dies de la setmana has d’estar pendent les 24 hores de què passa, perquè com que el teu menjar depèn de la quantitat de peces que venguis, ets la primera a qui l’interessa estar alerta per si pots vendre alguna història. Per tant, no desconnectes mai”. A més, el fet d’estar lluny de la redacció i de les seves rutines

li dificulta la seva capacitat per organitzar-se: “De cop, a les sis de la tarda em poden dir que he d’escriure el doble del que m’havien dit al matí, quan ja tinc la notícia feta i m’he planificat la tarda”, afegeix.

El resultat és que els autònoms entrevistats mostren certa angoixa per haver d’estar constantment pendents de la feina, fet que els condiona molt —o directament els impedeix— marxar de vacances, organitzar el seu temps lliure i fins i tot els dificulta les seves relacions personals. “M’ha portat discussions amb parelles, i fins i tot haver trencat relacions perquè no tinc cap mena d’horari”, admet l’Òscar, de 35 anys. Per a l’Alba, “el pitjor de tot és no poder fer plans”. Segons relata, no pot arriscar-te a marxar un cap de setmana fora per si passa alguna cosa que li podria suposar un ingrés important, no té dies lliures, no es pot matricular en cap curs perquè no sap quan hi podrà anar i els seus amics ja estan cansats que anul·li cites a l’últim moment perquè li ha sortit feina. “Tot plegat passa factura, a nivell personal”, afirma. En el seu cas, explica que aquesta falta d’horaris l’afecta fins i tot més negativament que no pas els baixos salaris: “Les condicions econòmiques les vas trampejant com pots, però el que trobo més a faltar és poder tenir un dia lliure i estar desconnectada 24 hores del món”, admet.

III. Una major preocupació entre les dones

S’observa, per tant, que tant els professionals amb contracte com els autònoms tenen dificultats per conciliar la vida laboral i familiar. I la situació es complica encara més amb l’arribada dels fills, ja que el fet de no tenir horaris, o d’haver de treballar caps de setmana i festius, complica la possibilitat de tenir cura de la descendència. Es detecta, a més, que la preocupació per la falta de conciliació és molt més elevada entre les dones que entre els seus col·legues masculins: les entrevistades que són mares expliquen que la maternitat els ha suposat haver de fer sacrificis en la seva carrera professional, fet que no menciona cap dels entrevistats masculins.

La Sònia, autònoma amb dos fills, ha estat al llarg de tota la seva carrera professional en una situació precària, de manera que ha tingut serioses dificultats per conciliar. “Trebollo

cada dia de l'any, siguin caps de setmana o les dotze de la nit [...]. La meua filla m'ha retret moltes vegades que prioritza la feina per sobre d'ella, i això és molt bèstia", lamenta. La Laia, que treballava en un gabinet de comunicació privat quan va tenir el seu primer fill, també es va trobar amb problemes: "Havia de dedicar moltes hores a la feina i tenia la sensació que gairebé no veia el nen, perquè marxava a primera hora del matí i tornava tard al vespre... per això, va arribar un moment que prioritza tenir un bon horari, per sobre de tot". En el seu cas, el fet de ser mare li va donar l'impuls per canviar de sector, i després d'exercir durant un temps tasques que no estaven relacionades amb la comunicació, actualment treballa en un gabinet de comunicació d'una institució pública. Aquí, la diferència d'horari (i també de sou) en relació a les empreses privades on havia treballat anteriorment és abismal, de manera que el sector públic li ha facilitat una conciliació que, creu, hauria estat impossible en el sector privat. "La feina que faig ara també m'absorbeix, però tinc un molt bon horari. Com que treballo amb xarxes socials, tinc el mòbil disponible i faig feina des de casa, però és una altra cosa [...]. Tinc molta flexibilitat i la majoria de tardes lliures, i el sou també compensa. És un tot", explica.

També la Irene, de 53 anys i mare de dos fills, que treballa en una ràdio pública, ha hagut d'adaptar els seus horaris a la criança de les dues criatures, tot i que en el seu cas, en treballar per torns, s'ho ha pogut combinar més fàcilment. "Durant molt temps vaig estar fent el torn de cap de setmana, perquè quan els nens eren petits m'anava bé per tenir-ne cura. Però és clar, arriba un moment que les criatures et reclamen, que volen fer coses amb tu, i per això vaig passar a treballar entre setmana", explica. Però malgrat les facilitats que li va posar l'empresa, reconeix que, sense ajuda externa, treballar de periodista i conciliar és molt difícil.

En canvi, entre els homes es percep un menor grau de preocupació per la vida laboral i familiar. Excepte en Marc, que va canviar de feina per tal de poder compaginar millor les seves obligacions laborals amb la paternitat, cap altre dels entrevistats masculins menciona haver tingut problemes per tenir cura dels fills a causa dels seus horaris laborals; és més, n'hi ha dos que fins i tot consideren que es tracta d'horaris intrínsecs en la professió i que per tant no es poden ni s'haurien de canviar. Aquesta és l'opinió de l'Enric, de 61 anys i pare de tres fills, que després d'haver exercit diversos càrrecs de

responsabilitat en un diari defensa que el periodisme no pot tenir horaris, ja que significaria perdre la seva essència. De fet, considera incongruents les reivindicacions d'alguns periodistes per tenir un horari laboral: “Jo soc crític: crec que en aquests moments hi ha un determinat tipus de periodista còmode i que vol fer horaris. En la meua època no hi havia horaris, mentre que ara algunes redaccions estan plenes de gent amb horaris i poca empenta”, assenyala. També en Guillem, editor d'una televisió i pare de dues criatures, creu que la disponibilitat absoluta i els horaris intempestius son part de la feina: “Si tu vols una feina amb horaris i tranquil·la, no t'apuntis a periodisme”, adverteix. Per això, creu que estar disposat a treballar a qualsevol hora és una qualitat essencial d'un bon periodista: “Hi ha gent a qui ens truquen un dissabte al matí i ens foten el cap de setmana enlaire i encara ens fa il·lusionat, entre cometes. En canvi, n'hi ha d'altres a qui no els fa tanta il·lusionat i són menys productius”.

Cal observar, que en aquests dos casos, el fet de tenir descendència no ha afectat la trajectòria professional dels entrevistats, ja que han pogut treballar totes les hores que se'ls ha requerit i han assolit càrrecs de responsabilitat en els seus respectius mitjans de comunicació. Els seus testimonis, doncs, contrasten amb les experiències de les dones periodistes, que, com es veurà a continuació, han hagut de fer renúncies en la seva carrera professional per a cuidar dels seus fills.

c) Els condicionants de la maternitat

Tal com s'ha apuntat, els horaris laborals que solen oferir els mitjans de comunicació, especialment la premsa, deixen poc marge per conciliar la vida laboral i familiar, especialment en el cas d'aquelles periodistes que són mares, que han hagut de fer canvis de feina o ajustaments d'horaris per tal de poder treballar i alhora tenir cura dels fills. Però més enllà de les dificultats per conciliar horaris, algunes de les participants en les entrevistes en profunditat consideren que la maternitat ha suposat un fre en la seva carrera professional. Aquesta circumstància es pot relacionar amb el fet que, tal com s'ha vist en l'enquesta, les dones són majoria entre els grups d'edat més joves (fins als 40 anys), mentre que a partir d'aquesta edat hi ha un major percentatge d'homes.

I. Un fre per a la carrera professional

Les entrevistades que són mares coincideixen en afirmar que la maternitat ha condicionat la seva carrera professional, ja sigui perquè han hagut d'abandonar llocs de treball que les satisfien professionalment però no els deixaven temps per a la família o perquè han hagut de renunciar a càrrecs de responsabilitat per poder tenir cura de les criatures. La Laia, de 37 anys i mare de dos fills, explica que el desig de ser mare la va portar a renunciar a treballar en un diari -que era la seva vocació- per buscar noves oportunitats laborals més favorables a la cria dels fills. “Jo diria que la maternitat no ha frenat la meua carrera professional, però sí que l’ha determinat. Si no hagués volgut ser mare, potser no hauria vist tan aviat la data de caducitat de treballar en un diari”, explica. En el seu cas, la solució, per un temps, va ser treballar en tasques administratives que no tenien res a veure amb la comunicació, fet que li va permetre poder cuidar del seu primer fill: “Vocacionalment no m’omplia, però m’era igual. M’hagués agradat treballar en comunicació, sí, però en aquell moment volia poder estar pendent del nen”, recorda. Temps més tard, ha aconseguit entrar en el gabinet de comunicació d’una administració pública, de manera que pot combinar família i vocació, tot i que en cas d’haver hagut de triar, la balança s’hagués decantat per la primera: “Jo estava disposada a renunciar a la meua vocació pels fills, però ara tinc l’opció de fer el que m’agrada i combinar-ho tot”, explica, satisfeta. Exemples com el seu, a més, poden explicar per què, tal com reflecteixen les dades de l’enquesta, hi ha més dones (23,85%) que homes (14,80%) treballant en gabinets de comunicació, caracteritzats generalment per uns horaris que faciliten una millor conciliació.

La Irene, de 53 anys, mare de dos fills i que treballa des de fa anys a la ràdio pública estatal, admet que la maternitat va suposar un fre en la seva carrera professional: “Quan les meves criatures eren molt petites em van oferir càrrecs de responsabilitat i vaig dir que no, perquè considerava que ells eren la meua obligació i la meua devoció, eren la meua prioritat”. Tot i això, considera injust que la cura de les criatures repercuteixi en la carrera professional de les dones i no tingui els mateixos efectes en la dels homes: “En el cas dels homes, el fet de tenir criatures petites no els afecta tant, per tant la seva carrera no se’n ressent. En canvi, en el nostre cas sí, perquè et veus obligada a triar”.

En aquest sentit, les diferències laborals entre el sector públic i el privat es fan evidents una vegada més quan dues de les participants expliquen el tracte que van rebre quan es van quedar embarassades sense tenir un contracte indefinit. La Sònia, que en aquell moment tenia un contracte temporal en un diari, va veure com l'empresa es negava a renovar-li: “Ja podia dir missa, que encara que m’hagués ofert per treballar sense cobrar m’haguessin dit que no. Per tant, me’n vaig anar a casa feta una merda i pensant que se m’acabava el món”, recorda. En canvi, en el cas de la Laia, que treballava a l’administració pública amb un contracte de sis mesos quan es va quedar embarassada de la seva segona filla, la situació va ser tota la contrària: “Poc després de començar em vaig adonar que estava embarassada. De seguida vaig pensar que m’acabarien fent fora, però al contrari: es van portar molt bé amb mi, passats els sis mesos em van renovar el contracte i vaig continuar treballant allà una bona temporada més”, explica. Per tant, una vegada més es constata que les condicions laborals del sector públic ofereixen molta més estabilitat que les del sector privat.

II. Díficil accés als càrrecs de responsabilitat

Com s’ha vist, doncs, la maternitat -i no la paternitat- és un dels motius pels quals les dones abandonen la carrera periodística quan arriben a la mitjana edat. Això també explica, en part, per què la feminització de la professió es concentra sobretot en els grups d’edat més joves -vinculats generalment a unes condicions més precàries-, mentre que a partir dels 40 anys d’edat i setze d’experiència, que és quan els professionals comencen a accedir majoritàriament als càrrecs de responsabilitat, hi ha una majoria d’homes. Aquesta circumstància contribueix, doncs, a què l’accés de les dones als càrrecs de responsabilitat encara sigui molt lent. Tot i això, les diferències entre el sector públic i el sector privat es fan evidents una vegada més, ja que els treballadors de mitjans públics són els que més satisfets es mostren amb la igualtat de gènere dins les seves empreses. La Irene, treballadora de la ràdio pública estatal, creu que els mitjans públics han estat pioners en la promoció de la dona, mentre que als privats encara els queda molt per recórrer: “Comença a haver-hi alguna directora de mitjans, però fins ara, els que havíem apostat més per les dones érem més les empreses públiques [...]. A les empreses privades veig que costa més ascendir, perquè hi ha molts d’homes. I com que no tenen càrregues familiars perquè ja hi ha una dona que s’encarrega d’això, de manera que les dones

pateixen una doble discriminació”, assenyala. També subratlla que la feminització de les plantilles és una de les claus de la precarització, ja que, des del seu punt de vista, les empreses privades segueixen considerant que el treball femení té un valor inferior al masculí, herència de les idees d'èpoques passades. “Crec que hi ha un element de gènere: el periodisme és una professió molt feminitzada, i quan una professió es feminitza, es precaritza. Sembla que a les dones ens han de pagar menys que als homes”, observa. En Guillem, treballador de la televisió pública catalana, també apunta a una progressiva feminització dels càrrecs directius, malgrat reconèixer que encara hi ha camí per recórrer: “En el nostre cas la redacció s’ha feminitzat, però una altra cosa és que els càrrecs no són sempre dones [...]. Però anem progressant. Les caps de cultura i de societat són dones, tenim una directora d’informatius, una cap de redacció dona... a poc a poc, la mirada femenina ja s’està aconseguint”, assenyala.

5.1.1.4 Efectes de la precarietat en la qualitat informativa

Més enllà d’influir en les condicions laborals dels periodistes com a subjectes individuals, la precarietat també influeix en el conjunt del sistema mediàtic català, tot debilitant les seves estructures. El fet que, tal com descriuen Hallin i Mancini (2008), el nivell de consum de premsa a Espanya sigui dels més baixos d’Europa, fa que la supervivència de la majoria de mitjans escrits depengui de les subvencions atorgades pels governs, tot fent-los més vulnerables als condicionants polítics. Alhora, en estar immersos en un sistema capitalista, la necessitat d’aconseguir anunciants i/o suports financers d’altres naturaleses (per exemple, condicions favorables per part d’entitats bancàries) incrementa la seva dependència respecte als poders econòmics, especialment en un context en què disminueixen tant els ingressos publicitaris com la venda d’exemplars. A parer dels participants, aquestes circumstàncies acaben perjudicant la qualitat de la informació, que, segons alerten, no és tan independent com seria desitjable i es veu massa condicionada pels grans poders polítics i econòmics.

a) Insatisfacció respecte al contingut elaborat

Gairebé un terç dels participants en l’enquesta –un 29,3%– se sent insatisfet amb els continguts periodístics que elabora en el seu dia a dia. Aquesta preocupació és més

accentuada entre els participants més veterans, que consideren que la qualitat de la informació ha empitjorat de forma progressiva en els darrers anys; i també entre els autònoms, un dels col·lectius més precaris i que es mostra especialment preocupat perquè les condicions laborals puguin incidir en la qualitat del producte. Però més enllà d'experiències concretes, entre els entrevistats hi ha una preocupació compartida, sobretot entre els més veterans, pel descens en la qualitat de la informació, i hi ha la reivindicació d'un canvi de model que pocs, tanmateix, veuen factible aconseguir.

I. Una major preocupació entre els veterans

A l'hora d'avaluar la qualitat de la informació emesa i/o publicada pels mitjans de comunicació, es detecta una clara diferència entre les dues entrevistades amb la trajectòria laboral més àmplia, que es mostren molt crítiques amb l'evolució dels continguts mediàtics, i la participant més jove, que malgrat tenir unes condicions més precàries ofereix una visió més optimista. Una de les que exhibeix més preocupació és la Sònia, de 47 anys, per a qui la precarietat del sistema mediàtic actual ha contribuït a rebaixar els estàndards ètics i qualitatius del periodisme: "S'ha perdut ètica, s'ha perdut qualitat... s'ha perdut tot. El periodisme té una funció sociològica, pedagògica, de transmetre els problemes existents en la societat, però ara ens hem convertit en un *corveidile* i, a més, sense protestar", assenyala. Aquesta participant manté una perspectiva de futur molt negativa i creu que ja és massa tard per revertir la situació: "És un moment molt trist, dramàtic i dolorós, veure en què s'ha convertit una professió que estimo amb tota la meua ànima. Hem perdut molt: hi perdem nosaltres, hi perd la societat i jo ja no sé si això es pot recuperar. Un cop hem fet aquest pas, un cop ens hem saltat les línies vermelles, ja no hi ha marxa enrere", adverteix. La Irene, de 53 anys, creu que l'entorn tecnològic actual dificulta l'exercici del periodisme, ja que la possibilitat que qualsevol persona pugui compartir informació i/o imatges a temps pràcticament real a Internet augmenta la pressió sobre els professionals, que han d'anar més amb compte que mai a l'hora de publicar continguts: "Hem de fer una reflexió col·lectiva sobre què és el periodisme. Ara tothom pot anar pel carrer amb el telèfon, veure una cosa i penjar-la a les xarxes socials, però nosaltres hem de defensar el paper del periodisme. No podem ser només testimonis del que està passant, sinó que hem d'oferir alguna cosa més: garantir que allò que publiquem té credibilitat, que la gent pot confiar en nosaltres", considera.

L'entrevistada més jove, en canvi, no considera que els continguts actuals siguin de baixa qualitat, sinó que des del seu punt de vista son majoritàriament acceptables. L'Emma, de 22 anys i acabada de graduar, opina que la qualitat del periodisme ha millorat en els darrers anys, i considera que les noves generacions tenen la responsabilitat de seguir-la millorant: "S'ha posat molt l'accent en què s'està fent un periodisme que fa pena, però jo crec que hi està havent un esforç per oferir productes de més qualitat. A més, la meua generació tenim moltes ganes de fer un periodisme de qualitat i de desmentir tots els tòpics sobre el morbo i el sensacionalisme", afirma.

II. La precarietat genera més pessimisme

Més enllà de l'edat, la situació laboral també influeix en la percepció que tenen els participants respecte a la qualitat dels continguts informatius: els col·lectius més precaris, com els autònoms, es mostren més preocupats pel deteriorament de la seva qualitat; mentre que aquells que gaudeixen d'una major estabilitat -sobretot els que treballen en mitjans públics- tenen un major grau de satisfacció, tot i que admeten que determinats estàndards es poden aconseguir precisament pel fet de tenir unes bones condicions de treball. L'Alba, que amb 34 anys es troba en una situació precària com a autònoma, creu que el periodisme s'ha de reinventar si vol sobreviure en un context de sobreabundància informativa, tot i que admet que les dinàmiques actuals ho fan molt difícil i per tant es mostra més aviat pessimista sobre el futur de la professió: "Hem de tornar als nostres orígens, ens hem de tornar a apropar a la gent. Només si informem pensant en el que interessa a la ciutadania i no estem pendents només de la nostra butxaca i la nostra supervivència, ens en podem sortir [...]. Jo crec que el futur del periodisme passa per fer un *reset* i tornar a néixer, però òbviament això no passarà", apunta.

En canvi, en Guillem, que com a treballador d'una televisió pública té unes millors condicions laborals, creu que la situació no és tan dolenta i que, malgrat tot el *soroll* de les xarxes socials, la ciutadania encara acudeix a les seves capçaleres de confiança quan es produeix una notícia important. "A vegades és fàcil caure en el derrotisme i en pensar que a la gent li està bé qualsevol cosa, però a la gent no li està bé tot [...]. És reconfortant

veure que, quan passen coses grosses, la gent va als mitjans que li mereixen confiança, siguin públics o privats, perquè considera que li donen un producte rigorós i fet des de l'honestedat, malgrat els errors que hi pugui haver", assenyala. I afegeix: "Vull pensar que la gent ha adquirit l'hàbit de buscar determinades capçaleres perquè li suposen tota una sèrie de valors i una manera de treballar".

b) La influència dels condicionants polítics

L'elevat grau de paral·lelisme polític del sistema pluralista polaritzat descrit per Hallin i Mancini (2008), en el qual situen Espanya i, per tant, Catalunya, es reflecteix en els resultats de l'enquesta, ja que un 23% dels participants es mostren preocupats per la influència dels condicionants polítics a l'hora de treballar. Malgrat que els mitjans públics, sostinguts directament pel govern de torn, sempre han estat en el punt de mira polític i social, els seus treballadors afirmen que el fet de tenir unes bones condicions laborals els atorga un major grau de llibertat a l'hora de defensar els seus punts de vista davant les pressions polítiques. En canvi, recorden que aquestes pressions poden ser tant o més fortes en els mitjans privats, on sovint adopten forma de subvencions i/o publicitat institucional. Per la seva banda, els treballadors de mitjans privats afirmen que aquestes pressions polítiques solen dirigir-se majoritàriament cap als càrrecs de responsabilitat, que després són els encarregats de frenar-les o transmetre-les als seus redactors. D'aquesta manera, els entrevistats corroboren l'observació de Palacio et al (2018), que apunta a un major pes de les pressions internes per sobre les externes a dins de les redaccions. Els entrevistats també destaquen concretament el cas dels mitjans locals, ja que alerten que la proximitat amb el poder polític fa que aquest pugui tenir una incidència més directa.

I. Els mitjans públics, en el punt de mira

Quan es parla de condicionants polítics, els mitjans públics de seguida se situen en el punt de mira de les crítiques ciutadanes, ja que, segons Hallin i Mancini (2008), en un sistema mediàtic pluralista polaritzat com l'espanyol, el govern té una forta influència en els continguts que ofereixen els mitjans de titularitat pública. Aquesta afirmació és compartida per molts dels entrevistats, entre els quals també hi ha la percepció

generalitzada que el control del govern en aquest tipus de mitjans és molt estricte, tant en l'àmbit espanyol com en el català: “No m’agradaria treballar en un mitjà públic si això coartés la meua llibertat a l’hora de criticar la Generalitat”, assegura la Sònia, autònoma. En canvi, els dos entrevistats que treballen en mitjans públics, malgrat reconèixer l’existència de condicionants polítics que influeixen en el seu dia a dia, mencionen que els mecanismes d’autoregulació els permeten mantenir una parcel·la d’independència.

La Irene, treballadora de la ràdio pública estatal, explica que efectivament les pressions polítiques arriben, especialment quan s’ocupen càrrecs de responsabilitat, com en el seu cas, que durant un període va ser cap d’informatius de l’emissora a Catalunya. Tot i això, considera que la seguretat laboral que li genera el fet de ser funcionària i la certesa que no la poden acomiadar la fa menys vulnerable a aquest tipus de pressions. “Sempre hi ha algú que t’intenta condicionar [...]. Si depens d’un contracte laboral i si et portes malament et pots quedar sense cadira, suposo que és diferent. Però en el meu cas, jo sabia que si deixava aquell càrrec faria després d’una altra feina, de manera que això no em va condicionar”, assegura.

En Guillem, editor d’informatius a la televisió pública catalana, també reconeix que les pressions polítiques són força freqüents, tant a la seva redacció com a la resta de mitjans públics. “Vivim en un país en què històricament els partits han considerat que els mitjans públics eren el seu vedat de caça, que allà es feia el que ells deien i que la programació s’havia de confegir segons els seus criteris”, assenyala. Tot i això, recorda que els mitjans públics disposen de mecanismes, com el Consell Professional, per “denunciar quan es trepitgen línies vermelles”, fet que els atorga una certa protecció davant dels intents d’ingerència política. Tot i això, aquest entrevistat reconeix que el procés independentista ha comportat un increment de les pressions als treballadors de la seva emissora, i que l’autocensura derivada del temor a perdre la feina ha fet que els mecanismes d’autoregulació no funcionessin tan bé com en ocasions anteriors: “Com que tots creiem en els mitjans públics, hi ha qui ha cregut que criticar-nos a nosaltres mateixos podria donar munició a aquells que se’ns volien carregar, de manera que en moments que hagués estat necessari alçar la veu no s’ha fet”, reconeix. Tot i això, assegura que, de portes endins, sí que hi ha hagut molta autocrítica dels professionals per una excessiva submissió

als poders polítics: “Ha estat ferotge. Hi ha hagut moltes discussions sobre coses que no s’haurien de fer o com es podrien parar els peus a segons qui”, assegura.

II. Ideologia al servei de la rendibilitat

La influència política no es limita als mitjans públics, sinó que també s’estén a l’esfera dels privats, on la relació entre condicionants polítics i econòmics sovint és molt estreta. Les subvencions governamentals a mitjans de comunicació privats, sigui en forma d’ajuda econòmica o a través de publicitat institucional, juguen un paper clau en el sistema mediàtic tant espanyol com català, especialment en el cas dels mitjans escrits i digitals, que són els que experimenten més problemes de finançament. Això crea una dependència econòmica d’alguns mitjans respecte als governs -o els partits- de torn, fet que es tradueix en una major politització i un menor grau d’independència.

En Jordi, que treballa en un diari digital, admet que la línia editorial del seu mitjà respon a interessos politico-econòmics: “És un mitjà molt hiperventilat, perquè al final, el finançament ve d’on ve [...]. Es diuen mitges veritats per fer quedar bé un o l’altre, igual que fan altres diaris, que poden dir per exemple mitges veritats sobre Catalunya per qüestió de diners. En el nostre cas, és un digital bastant proper al que era Convergència, i suposo que d’Esquerra en dirà mitges veritats” assenyala. En Guillem, editor de la televisió pública catalana, també critica que en el context català hi hagi cada vegada més partits que financin mitjans afins als seus interessos per tal de convertir-los en “altaveus” de les seves idees polítiques. Una situació, que, considera, s’ha vist agreujada amb el procés independentista: “Ha fet que alguns que es diuen periodistes, legítimament però equivocadament, des del meu punt de vista, hagin pujat a una trinxera, sigui quina sigui”, reflexiona.

L’Enric, prejubilat de 61 anys, admet que el diari on va desenvolupar bona part de la seva carrera professional ha estat un dels que s’ha posicionat en els darrers anys clarament a favor dels partits independentistes, i ho atribueix, en part, a raons econòmiques. Ho descriu així: “Arriba un moment que, amb la brutal crisi d’entre els anys 2008 i 2011, es

va voler fer un diari molt polític amb la situació del procés. I llavors es va posicionar en un dels dos costats, claríssimament. I a mi em preocupa, perquè el nostre havia estat un diari molt obert a tothom [...]. En canvi, ara ha passat a portar una etiqueta de diari independentista”. Tot i això, també admet que, en l'àmbit empresarial, l'estratègia ha resultat exitosa: “Jo crec que a nivell professional és un error, però segurament, des d'un punt de vista de supervivència econòmica, li ha anat bé”. En aquest cas, ho avalen tant les dades de difusió –que han crescut- com les subvencions rebudes per part del govern català, que han estat generoses.

III. La vulnerabilitat dels mitjans locals

Els entrevistats que tenen experiència en mitjans locals, tant públics com privats, són els que més es queixen d'haver rebut pressions per part de dirigents o institucions polítiques, ja fossin dirigides directament a ells o bé als seus superiors. La proximitat, sumada al fet que les emissores de ràdio i televisió municipals estan directament finançades pels ens locals, els fan especialment vulnerables a aquest tipus de pressions. L'Òscar, que en els seus inicis va treballar en una televisió local de titularitat pública, afirma que aquell va ser el mitjà on ha tingut menys llibertat a l'hora d'exercir les seves funcions: “Les televisions locals estan molt a prop del poder, ja que és l'Ajuntament el que les està pagant. Llavors, segons quins temes i com els volies enfocar, et deien: *d'aquesta manera, no*”, recorda.

També en Marc, que va començar la seva carrera professional en un diari local -en aquest cas, per tant, de titularitat privada- recorda les pressions que rebia del govern municipal: “Quan vaig passar a fer política municipal diària, i per tant a qüestionar determinats temes de l'acció de govern, vaig notar un canvi”, recorda. En el seu cas, els polítics no li dirigien les crítiques directament a ell, sinó que les feien arribar als seus superiors: “A mi no m'ho deien directament, però sí que hi havia trucades als meus caps per fer-los veure que allò que havia escrit no havia acabat d'agradar”. Davant d'aquesta situació, considera que la reacció del superior és clau, ja que aquest hauria de defensar el redactor davant dels polítics i, si cal, parlar després internament de què ha passat. En el seu cas, els seus superiors en algunes ocasions el van defensar i en d'altres es van *plegar* a les crítiques

dels partits, de manera que es mostra molest pel que considera una excessiva submissió de l'*staff* del diari als poders polítics.

IV. Pressions internes i jeràrquiques

A diferència del que succeeix en l'àmbit local, els entrevistats que treballen per a mitjans d'abast català o espanyol no reben pressions directes dels poders polítics, sinó que els arriben majoritàriament *filtrades*: en cas d'haver-n'hi, les instruccions se solen donar des de dins mateix de les redaccions, a través dels càrrecs de responsabilitat, que són els que tenen un contacte més directe amb els governs i els partits. En algunes ocasions es tracta d'instruccions puntuals, mentre que en d'altres es converteixen en directrius internes habituals. Una vegada més, un dels col·lectius més precaris -el dels autònoms-, és el que es mostra més preocupat per aquesta qüestió.

L'Alba, que és autònoma en una situació precària, recorda l'experiència que va viure quan treballava en una de les principals emissores de ràdio d'abast català: "Recordo el dia que hi va haver el rescat econòmic de la Generalitat. Tots els mitjans posaven com a titular *Rescat a la Generalitat*, però nosaltres no ho vam dir perquè teníem l'ordre interna que no es podia fer servir la paraula *rescat*", admet. Malgrat que aquell va ser un cas puntual, actualment també es veu molt condicionada per les directrius internes en les peces que escriu per a una agència de notícies d'àmbit espanyol: "En lloc de dir *presos polítics* he de posar *polítics presos* o *líders independentistes empresonats*, quan parlo del referèndum he d'afegir-hi tot seguit *il·legal* o *suspès pel Tribunal Constitucional*... totes aquestes coses se les miren molt", explica. Segons indica, aquest tipus de directrius van en contra de la seva ideologia personal, de manera que sent una certa incomoditat a l'hora de seguir-les, però admet que no les discuteix perquè necessita mantenir la feina i, com s'ha apuntat prèviament, el fet de no signar les peces l'ajuda a eximir-se de responsabilitat.

Una altra de les autònomes en situació precària, la Sònia -que treballa per a un diari i una agència de notícies d'abast espanyol-, també ha hagut d'acceptar directrius polítiques a l'hora de treballar: "Quan governava el PP, tot el que feia el PP s'havia de cobrir bé, i

això m'atabalava una mica", recorda. En els darrers anys, amb el procés independentista, ha notat com les *instruccions* s'han intensificat: "Mai m'havien dit tan clarament com havia d'escriure fins ara, amb tot el tema del procés. Per exemple, m'han dit que no puc fer servir la fórmula *president Puigdemont*", es queixa. També l'Emma, de 22 anys, recorda haver tingut discussions amb el seu superior quan exercia com a estudiant en pràctiques en una revista de marcada ideologia independentista. "El meu cap era súper radical, i moltes de les seves notícies eren esbiaixades. Jo, en canvi, defensava que no s'havia d'escriure *presos polítics* sinó *polítics presos*, perquè crec que posar *presos polítics* és un judici de valor que jo no puc fer", assenyala. Una vegada més, doncs, s'observa com el procés independentista viscut a Catalunya ha intensificat els posicionaments polítics dels mitjans i, com a conseqüència, la pressió ideològica sobre els seus treballadors.

Per la seva banda, els participants amb càrrecs de responsabilitat admeten que sovint es converteixen en els principals receptors de pressions polítiques, que han de gestionar el millor que poden tenint en compte que estan en una posició intermèdia entre la direcció de l'empresa i la redacció. En Guillem, que és editor d'informatius a la televisió pública catalana, creu que, com assenyala anteriorment en Marc, la funció dels caps ha de ser precisament fer d'*escut* davant de les pressions polítiques, per tal que aquestes no arribin directament als seus redactors. "Quan arriben pressions, hi ha el cap de secció, el cap d'edició, el cap de redacció, el cap d'informatius... s'intenten posar el màxim de barreres possibles davant d'aquestes pressions diàries, per tal que els periodistes puguin fer la seva feina tranquil·lament", indica. En Marc, cap d'informatius en una televisió local privada, també assumeix la necessitat de jugar aquest paper "d'*escut*" davant la redacció, malgrat que des de la seva posició no sempre li sigui possible resistir-se a les directrius polítiques: "De pressions polítiques en tenim, sobretot quan s'acosten eleccions, i més en el moment actual que viu el país, que és molt complicat... i ho has d'anar batallant com pots", explica. Una de les maneres de fer-ho, en el seu cas, és intentant *compensar* les informacions crítiques amb una institució o partit amb d'altres més amables: "A vegades has de fer un reportatge de torna per alguna cosa que no ha agradat. Però fins a cert punt ho veig lícit, perquè almenys has pogut explicar la crítica", assenyala.

V. Els riscos de la proximitat amb els polítics

Com a apunt final, a dos dels participants els crida l'atenció el fet que les relacions entre periodistes i polítics són cada vegada més estretes, fet que pot desembocar en una amistat que després dificulti la crítica del periodista al poder polític. Qui més preocupada es mostra és la Irene, treballadora de la ràdio pública estatal: “Els periodistes som periodistes, i podem tenir bon rotllo amb els polítics, una relació educada, però no anar a fer copes junts”, afirma. Si la relació és massa estreta, alerta, als periodistes els serà molt més difícil exercir el paper fiscalitzador del poder que se'ls pressuposa. També observa amb preocupació que cada cop hi ha més periodistes reconvertits en polítics, fet que, des del seu punt de vista, “desvirtua” la professió.

A l'Òscar, autònom, el fet de treballar exclusivament per a mitjans estrangers li permet guardar una major distància respecte als polítics catalans i espanyols, ja que, segons indica, aquests prioritzen l'audiència local i per tant no li presten tanta atenció, circumstància que li permet treballar amb més llibertat. Tot i això, observa que els seus companys de mitjans catalans i espanyols sí que tenen una relació propera amb els representants polítics, i creu que a vegades això els condiciona a l'hora de formular preguntes incòmodes: “En canvi, la majoria de gent no sap qui soc jo, i això em dona llibertat per poder preguntar sense aquest *col·legueig* generalitzat que hi ha”, apunta.

c) La influència dels anunciantes i/o patrocinadors

La pressió dels factors econòmics externs –és a dir, la influència d'anunciantes i/o patrocinadors- és un motiu de preocupació per al 18,3% dels participants en l'enquesta. A més, entre els entrevistats hi ha la consciència que, en un context de crisi de model en què els mitjans tenen problemes per quadrar els comptes i obtenir rendibilitat - especialment en el cas dels mitjans impresos i digitals-, les qüestions econòmiques tenen una gran influència a l'hora de determinar quines informacions es publiquen i de quina manera, tot corroborant les teories d'autors com O'Neill (1992), Bagdikian (1999) o McChesney (1999), que han alertat dels riscos de la mercantilització dels mitjans de comunicació. Els participants consideren que els condicionants econòmics limiten la seva

llibertat a l'hora de treballar i que afavoreixen la proliferació de continguts de baix cost, fàcils i econòmics de produir, en lloc de productes de més qualitat i/o profunditat.

I. Limitació de la llibertat d'expressió

Diversos entrevistats coincideixen en afirmar que els condicionants econòmics que pateixen les seves empreses han limitat considerablement la seva llibertat d'expressió a l'hora de treballar. Un dels que ho ha pogut comprovar és l'Enric, de 61 anys, que va exercir diversos càrrecs de responsabilitat en un diari d'abast català i recorda com, en època de bonança econòmica, els diaris financerament forts donaven una gran llibertat als seus professionals a l'hora de publicar: “En els bons moments jo vaig tenir tota la llibertat del món, i algunes vegades érem fins i tot suïcides, perquè vam anar contra el poder polític però sobretot econòmic, publicant històries que ara ens portarien directament a la presó”, assenyala. Aquesta llibertat, indica, es va mantenir fins a mitjans de la dècada del 2000, quan va arribar la crisi econòmica i les empreses van començar a limitar la publicació de continguts crítics amb els seus anunciants i/o patrocinadors, per por de perdre'ls. Segons l'Enric, aquestes pressions econòmiques van començar a ser molt més fortes i més efectives que les polítiques. “Per part dels poders polítics també hi havia pressions, però aquestes les aguantàvem més bé. El poder econòmic era el pitjor. Quan li comences a tocar els nassos, arriba un moment que és tan hàbil que aprofita les teves debilitats per marcar-te línies vermelles que no has de trepitjar. I llavors, els mitjans hi cauen”, explica. Com a resultat, l'Enric fa autocrítica i admet que, malgrat que alguns mitjans encara fan periodisme “valent” contra els poders polítics, en general s'han tornat “excessivament moderats contra el poder econòmic”.

També l'Alba, autònoma en situació precària, es mostra molt preocupada per la influència dels condicionants econòmics en el periodisme, i creu que l'única manera que els mitjans recuperin la seva independència serà trobant noves fórmules de finançament més enllà de la publicitat: “S'ha de trobar una via de finançament que ens permeti fer bé la nostra feina, perquè mentre depenguem de la publicitat o de les subvencions, siguin directes o indirectes, no ho podem fer. Mai podem treballar per la ciutadania si la nostra supervivència depèn de què aquells que ens donen diners ens en continuïn donant”,

considera. En una línia similar, en Guillem, editor d'informatius televisiu, lamenta que la publicitat s'hagi arribat a considerar, en èpoques de bonança, com l'única via de finançament necessària per al periodisme, i que molts mitjans, tant impresos com digitals, comencessin a oferir continguts gratuïts. Segons apunta, si la viabilitat econòmica dels mitjans depèn exclusivament dels anunciants, aquests tindran un excessiu poder sobre els continguts, i lamenta especialment la proliferació que hi va haver a principis dels 2000 de diaris gratuïts, que a parer seu van causar un dany profund en el sector de la premsa: “A quin cost es podien repartir exemplars gratuïts a cada boca de metro? Doncs probablement al cost de les condicions laborals de la gent que l'havia produït i al cost que el contingut, potser, se supeditava als interessos dels anunciants que hi posaven diners”, assenyala.

Finalment, la Irene, treballadora d'una emissora de ràdio pública, considera que les pressions econòmiques són molt més fortes en els mitjans privats -que depenen en bona part de la publicitat- que en els mitjans públics, que tenen el “coixí” econòmic dels diners aportats per les institucions. Des del seu punt de vista, aquesta circumstància, sumada al fet que els mitjans privats -com s'ha observat anteriorment- també pateixen pressions polítiques, fa que els periodistes que treballen per a empreses privades es vegin doblement limitats, mentre que els treballadors públics gaudeixen d'un major grau de llibertat: “A vegades sembla que els mitjans privats són més lliures, però jo crec que en el fons no ho són: tenen els mateixos condicionants polítics que nosaltres més els econòmics, que nosaltres no patim [...]. No poden anar en contra d'aquelles empreses que tenen molts diners i s'anuncien al seu mitjà”, subratlla.

II. Proliferació de continguts de baix cost

A banda de limitar la llibertat dels professionals, diversos entrevistats alerten que la crisi econòmica ha conduït les empreses a prioritzar productes informatius barats de produir i que generin una alta rendibilitat econòmica, encara que no compleixin amb la necessària funció de servei públic que se suposa al periodisme. Per tant, consideren que s'ha reduït la qualitat de la informació per donar pas a una proliferació de continguts de baix cost. Així ho explica en Guillem, que indica que en el seu sector, el de l'audiovisual, les empreses cada vegada aposten menys pels reportatges en profunditat, que requereixen

temps, personal i diners, i opten per formats més superficials que requereixen una menor inversió econòmica, com les connexions en directe: “Si combats la precarietat o la manca de recursos fent connexions informatives en directe, que és barat perquè amb una motxilla 4G ara ho pots fer des de qualsevol lloc, potser no podràs dedicar els recursos a fer aquell reportatge, entrevista o rodatge que et requereix tot un matí de feina”, reflexiona. I això, assenyala, dona com a resultat una informació més frívola: “Amb 25 segons de directe, què pots fer? Doncs el que es porta ara: *postureig*. És una informació que no és dolenta, però que s’ha simplificat”. Una altra opció atractiva per als programadors, afegeix, són les tertúlies, especialment les polítiques; molt barates de produir i que acostumen a obtenir audiències molt altes: “Jo entenc l’anàlisi fet des de les cadires de direcció [...]. Si quan conviden els tres tertulians de sempre a parlar del mateix de sempre l’audiència es dispara, doncs vinga, a repetir-ho. Que és barat, només costa un entrepà i el que paguen als tertulians, que s’ha dividit per la meitat respecte al que els pagaven ara fa uns anys”, indica en Guillem.

III. Major pressió sobre els càrrecs de responsabilitat

Segons es desprèn de les entrevistes en profunditat, la transmissió dels condicionants econòmics segueix un patró molt similar al dels polítics: les principals pressions recauen sobre els càrrecs de responsabilitat, a qui els poders econòmics es dirigeixen de forma més directa, i aquests llavors són els encarregats de transmetre les directrius a la resta de treballadors, que les reben de manera indirecta. Així ho explica l’Emma, de 22 anys, redactora en pràctiques en un diari: “No sé si hi ha pressions econòmiques, perquè a mi no m’arriben. Però a la meva cap suposo que sí. Només et puc dir que per Nadal ens van arribar caixes i de paneres de no sé quantes empreses”, assenyala. També la Sònia, autònoma, apunta que els anunciant i/o patrocinadors intenten influir en les decisions del seu superior, que és qui pren les decisions: “Jo no noto pressions, però crec que sí que hi són. Però en tot cas, no les rebo jo, sinó el meu cap, que per a alguna cosa ho és”, assenyala.

En Marc, cap d’informatius d’una televisió local privada, explica que d’ençà que va assumir aquest càrrec és molt més conscient de la importància que tenen els condicionants

econòmics, de manera que sovint ha de fer equilibris per satisfer els anunciants i alhora oferir una informació de qualitat: “Tothom vol cobrar el seu sou, i les empreses han d’equilibrar els seus pressupostos i necessiten ingressos. Jo ja n’era conscient, abans, però ara òbviament molt més, tot i que intentes que això no tergiversi els titulars que poses en un informatiu”, explica. Tot i això, reconeix que a vegades ha de negociar determinades qüestions amb el director i amb els propietaris, especialment si poden generar problemes amb les empreses anunciants: “Hi ha temes que no són fàcils, i necessites debatre’ls amb la gent que tens per sobre”, assenyala.

5.1.1.5 El risc d’apagar la vocació

L’anàlisi de les opinions dels participants sobre la precarietat laboral en l’àmbit del periodisme no pot finalitzar sense tenir en compte la importància que juga el component vocacional en aquest sector, que es converteix en el principal motiu dels professionals per seguir dedicant-s’hi tot i tenir unes condicions precàries. Tot i això, la vocació té una major rellevància entre els participants més joves, a qui les ganes de gaudir de la feina i d’assumir nous reptes els fa tenir una actitud més positiva tot i estar en situacions precàries, que entre els majors de 40 anys, a qui la precarietat pot acabar “apagant” la vocació i convertir-se en un dels principals motius pels quals decideixen canviar de professió.

a) El motor de la passió

La majoria dels participants, amb independència de la seva edat o situació laboral, tenien clar des de ben joves que volien dedicar-se al periodisme, de manera que la seva vocació els ha conduït cap a aquest sector malgrat saber que el seu futur laboral no seria fàcil. Un dels principals exemples és l’Emma, de 22 anys: “Vaig optar per Periodisme tot i que el meu pare, al principi, era una mica reticent, perquè ja s’imaginava que laboralment era un món una mica dur [...]. Però per a mi el periodisme era molt vocacional, sempre m’ha agradat molt”, explica. Per això, defensa fermament la seva vocació i es mostra decidida a obrir-se camí en aquest sector encara que això suposi haver d’acceptar unes condicions de treball precàries. “A la facultat ens han pintat el futur laboral bastant negre. Però a mi m’és igual i no m’importaran les condicions precàries, perquè m’empeny més el fet de

sentir-me realitzada i la felicitat que sento quan vaig a cobrir una roda de premsa”, assegura.

També l’Alba, de 34 anys, mostra un elevat grau de motivació tot i ser autònoma i trobar-se en una de les situacions més precàries: “El periodisme és alhora la meva sort i la meva condemna: és la professió que més m’agrada del món, la cosa que més em fa trempar del món mundial, i alhora és la professió que no em deixa tenir vida personal”, constata. També la Sònia, autònoma de 47 anys, creu que dedicar-se al periodisme ha valgut la pena malgrat els baixos salaris que del sector: “En el meu cas està clar que rica no m’he fet, però com a mínim n’he gaudit”, afirma. Finalment, l’Òscar, de 35 anys, es mostra clar i concís: “Podria viure sense fer periodisme? Sí. M’agradaria viure sense fer periodisme? No”. Tots ells confirmen, doncs, la teoria d’autors com McRobbie (2002), Ross (2008, 2009); Hesmondhalgh i Baker (2008), Gill i Pratt (2008), Cohen (2012), Kennedy, (2012) i Salamon (2016), segons els quals els beneficis immaterials de sentir-se realitzats a nivell professional és un dels motius que porta els treballadors a acceptar unes condicions de treball precàries.

La passió pel periodisme fins i tot porta alguns professionals a rebutjar l’oportunitat de treballar en un gabinet de comunicació —on probablement podrien aconseguir unes millors condicions laborals- i prioritzar un lloc de treball en un mitjà de comunicació, més precari però que els genera una major motivació. Aquest és el cas, per exemple, de l’Alba, autònoma: “Si em dediqué a la comunicació corporativa viuria millor en tots els sentits: econòmic, personal, horaris, condicions... tot. Però clar, a mi el que m’agrada i em fa trempar és el periodisme”, assenyala. La Sònia, també autònoma, hi està d’acord: “Sempre he pensat que podria treballar com a cap de premsa, però això haurà de ser quan pensi que la meva carrera professional s’ha acabat, perquè ja sé que no m’agradaria”, apunta. En Jordi, de 23 anys, fins i tot va abandonar una feina en un gabinet de comunicació, on tenia unes condicions més bones que les actuals, per anar a treballar en un mitjà digital fent torns de cap de setmana: “Estava fix i tenia un bon sou i horari, però tenia clar que quan em sortís alguna cosa de periodisme de veritat, marxaria [...]. Prefereixo estar treballant dissabte i diumenge fent cròniques esportives que no pas redactar notes de premsa”, valora.

Aquesta passió per la feina, tanmateix, amaga un aspecte negatiu, i és que alguns professionals decideixen treballar de forma voluntària fins i tot quan no hi estan obligats, fet que beneficia a les empreses i perjudica els treballadors. En aquest sentit, l'Òscar, autònom que treballa per a mitjans internacionals, n'és un exemple: “Entre estar estirat al sofà de casa o anar a una manifestació, prefereixo anar-hi per si de cas”, explica. En Jordi, de 23 anys, lamenta que les direccions dels mitjans de comunicació abusin d'aquesta situació: “Si et dediques al periodisme, ja saps que si passa alguna cosa tard i tenies plans doncs els cancel·laràs i et quedaràs, i és clar, s'aprofiten d'això”, apunta.

b) L'apreciada llibertat dels autònoms

En el cas dels autònoms, hi ha diversos aspectes que influeixen positivament en el seu component vocacional, com ara la seva llibertat a l'hora de treballar, la flexibilitat de la qual gaudeixen i les possibilitats de tractar temes diferents i variats. El participant que està més satisfet amb la seva situació laboral, l'Òscar, que treballa per a mitjans internacionals, ho viu així: “Les condicions són molt millors, perquè ser autònom em permet treballar des de casa, i si aconseguies situar-te en el mercat, treballant menys dies pots guanyar més diners, tens més llibertat i gaudeixes de més temps lliure”. Comparant-ho amb els temps que treballava en una redacció, creu que ha sortit guanyant amb el canvi: “Sí que surts cada dia al carrer a fer coses diferents, però al final és com una xurreria [...]. M'agrada la llibertat que em dona el fet de ser autònom i poder tractar molts temes diferents”, indica.

La resta d'autònoms entrevistats, tot i no estar tan satisfets amb la seva situació laboral, també valoren molt positivament el fet que la seva feina mai caigui en la monotonia. La Sònia, que va començar la seva carrera en un diari local, creu que si s'hagués quedat allà hauria quedat “molt més limitada a nivell professional”. En canvi, després d'anys treballant com a autònoma per a diaris i agències de notícies d'abast estatal, està molt satisfeta d'haver pogut tractar temes molt diferents: “Ser autònoma m'ha permès fer moltes coses: bàsicament, he fet el que m'ha donat la gana. He pogut tractar molts més temes que si hagués estat en un sol mitjà, ja que m'haurien col·locat en una única secció i només hagués pogut fer allò. En canvi, així, he pogut fer moltes més coses”, reivindica.

L'Alba, malgrat ser una de les autònomes més crítiques i insatisfetes amb la seva situació laboral, també hi està d'acord: "M'agrada molt la llibertat i diversitat de temes, que fa que et moguis molt i coneguis realitats molt diferents".

c) La precarietat, causa de desgast

Malgrat l'elevat grau de vocació mostrat pels participants, molts d'ells també són conscients que, a partir de certa edat, continuar amb unes condicions de treball precàries pot acabar cremant-los i desmotivant-los, fins al punt d'abandonar la professió. Fins i tot els més joves són plenament conscients d'aquesta possibilitat: "Com que porto molt poc temps, no escric cremat en el sentit de pensar que com que no em paguen bé no ho vull fer [...]. Però suposo que si ja ets més gran i tens fills, al final hi ha gent que es crema, pel fet de no cobrar el que toca i haver de fer moltes hores", considera en Jordi, de 23 anys. L'Emma, de 22, també contempla la possibilitat, tot i que la veu remota: "Potser d'aquí a deu anys estic amargada, segueixo cobrant mil euros, tinc un horari de merda i acabo engegant la vocació, la utopia i tot plegat. Però a dia d'avui, encara em sento optimista", assenyala.

El participant més veterà, que és l'Enric, de 61 anys, creu que, efectivament, la precarietat ha conduït molts professionals a la desmotivació, i que això perjudica la qualitat del periodisme. "Les condicions, en aquests moments, són molt més precàries, de manera que molta gent diu: no val la pena, faig el meu horari, tinc els mínims problemes i me'n vaig. Això va contra el periodisme, però és real com la vida mateixa", afirma. Tot i això, la Sònia, autònoma de 47 anys, no hi està d'acord i creu que la vocació és l'únic motiu el qual segueix fent la seva feina amb el màxim de professionalitat possible malgrat trobar-se en una situació precària: "Les condicions laborals no crec que siguin determinants, perquè les meves sempre han estat una merda i he donat al 100%", garanteix. Tot i això, a aquestes alçades de la seva carrera professional –i de la vida– es planteja abandonar el periodisme per buscar alguna cosa més estable: "Cada vegada et cremes més i cada cop tinc menys paciència. Ja no tinc 25 anys i potser sí que arriba un moment que penso que prefereixo cobrar a final de mes [...]. Per tant, la vocació sí que fa de motor, però no sé fins quan", adverteix.

Alguns participants, a més, alerten que unes condicions laborals precàries comporten riscos de caràcter ètic, ja que els periodistes amb salaris baixos poden reduir el seu grau d'exigència amb si mateixos i el seu compromís amb l'empresa i, per tant, amb la professió. Així ho veu en Guillem, que treballa a la televisió pública catalana -on les condicions laborals són generalment bones- i alerta que la precarietat que ofereixen moltes empreses privades pot derivar en una disminució de la qualitat de la informació: “És una visió empresarial a curt termini viure dels precaris, perquè no tindran aquesta rapidesa, agilitat, *background*... per poder respondre en moments determinats, i a més el seu compromís, ens agradi o no, podria ser més feble si no hi tenen res a perdre. Es poden preguntar: *com carai em demanen que vingui a fer segons què, si em paguen una merda?*”, adverteix. Altres entrevistats, en canvi, subratllen que l'elevat component vocacional és, precisament, el que garanteix el respecte per l'ètica periodística independentment de les condicions amb què es treballi. Així ho veu, per exemple, l'Emma, de 22 anys: “És evident que si tu tens el teu treballador content, treballarà millor i serà més productiu. Però a part d'això, hi ha el component vocacional: jo, fins i tot cobrant una misèria tinc moltes ganes de fer la feina ben feta, perquè el periodisme m'omple i m'agrada molt, i si cobro poc potser no em preocuparà perquè estic fent el que m'agrada”, explica.

5.1.2 La moral individual, per sobre la col·lectiva

La segona part de l'anàlisi qualitativa analitza quin és el concepte d'ètica que guia els participants a l'hora de prendre decisions de caràcter deontològic, i es constata que la majoria d'ells estan més guiats per una moral de caràcter individual que col·lectiva. A parer dels entrevistats, dues de les causes que ho expliquen són el fet que les redaccions estan cada cop més buides -circumstància que trenca la cadena de socialització professional- i la baixa importància que, segons diuen, atorguen les facultats de comunicació a les assignatures relacionades amb la deontologia. Tot i això, s'ha de tenir en compte que el fet de no ser una professió de col·legiació obligatòria també contribueix a l'individualisme, ja que el Col·legi de Periodistes no aglutina tots els professionals ni el seu Codi Deontològic és d'obligat compliment, ja que no hi ha sancions econòmiques per als periodistes i/o empreses que l'incompleixin. D'altra banda, entre els participants

hi ha la percepció que el nivell d'ètica és més elevat en els mitjans o gabinets de comunicació públics que no pas en les empreses privades.

5.1.2.1 L'ètica, una qüestió de caràcter intern

Preguntats sobre quin és el seu concepte d'ètica professional i quines directrius morals segueixen a l'hora d'exercir el periodisme, hi ha un consens generalitzat entre els participants: la seva principal guia és l'ètica personal, mentre que els codis deontològics i altres elements d'autoregulació, tot i ser contemplats com a quelcom positiu, són considerats secundaris. Els entrevistats comparteixen, doncs, la idea que l'ètica és una qüestió de caràcter intern, que es regeix més pels valors i elements de judici de caràcter personal de cadascú que no pas pels codis professionals externs i col·lectius. “L'ètica no és que l'exerceixis o no, és que tu ets així”, sentència en Marc, de 42 anys i cap d'informatius en una televisió local privada. Per a ell, els codis deontològics són necessaris per marcar unes directrius “en casos extrems, perquè no se sobrepassin determinades línies”, però creu que en el dia a dia, “l'ètica l'exerceix cadascú des del seu punt de vista”. “Els codis deontològics estan bé, però al final, qui està allà i ha de prendre la decisió és el periodista”, subratlla. Aquesta idea és compartida per altres participants de diferents edats i que treballen per a diversos tipus de mitjans: “A mi, el que em guia més és el sentit comú com a persona [...]. Potser sí que el codi deontològic serveix com a teoria, però jo penso que això va una mica dins del saber fer cada periodista”, considera l'Emma, de 22 anys, estudiant en pràctiques en un diari.

Només hi ha un participant que mencioni la importància d'un llibre d'estil en el desenvolupament de la seva carrera professional i és precisament el més veterà, l'Enric, de 61 anys. “Quan vaig entrar al diari em van donar el que devien ser uns quinze o vint folis amb normes d'actuació que ara ens poden semblar molt bàsiques, com que s'havien d'identificar les fonts sempre que es pogués o que s'havien de contrastar les notícies [...]. A tothom que entrava se li donaven aquests fulls, i hi havia un grup de gent que es reunia cada certs mesos per anar-les ampliant”, assenyala. El fet que cap dels altres entrevistats mencioni haver rebut una guia d'aquestes característiques, sumat al fet que l'ètica personal és considerada per la resta com la directriu més important a l'hora de prendre les

decisions ètiques, condueix a pensar que els codis deontològics, malgrat merèixer un respecte per part dels participants, han perdut importància en els darrers anys a l'hora de guiar la professió, ja que els participants prioritzen l'ètica individual per sobre la col·lectiva.

5.1.2.2 Manca d'una cultura de treball compartida

Els participants més veterans recorden que prendre part en els debats ètics i professionals que es generaven temps enrere dins de les redaccions -molt més plenes que en l'actualitat- els va permetre impregnar-se de la deontologia de l'ofici. En canvi, lamenten que ara aquest tipus de discussions són cada cop menys freqüents en unes redaccions buides i on es prioritza produir la major quantitat d'informació en el menor temps possible. L'Enric, de 61 anys, recorda que, juntament amb el llibre d'estil, els debats amb els companys de redacció van ser un element clau per al seu desenvolupament professional. “Els grans debats sobre la professió, sense ni tan sols adonar-nos que els teníem, eren dins de les pròpies redaccions. Eren debats sobre com actuar davant de segons quines demandes, sobre el fet d'entendre que la barreja entre informació i publicitat no era bona o sobre la conscienciació que aquells que ens posaven publicitat no havien de ser més ben tractats”, recorda. Per a ell, aquest tipus de discussions públiques, sumades a l'observació dels referents periodístics que hi havia en aquell moment, van ser la millor via per impregnar-se dels valors deontològics. Es tracta, doncs, d'una visió de l'ètica compartida, que es contraposa a la visió d'ètica individual i interna que, com s'ha vist, predomina entre les generacions posteriors. Un altre participant que menciona la necessitat d'una cultura de treball compartida és en Guillem, de 43 anys i editor d'informatius. A aquest entrevistat, que ha desenvolupat pràcticament tota la seva carrera professional en un mitjà públic, impregnar-se d'una cultura de treball col·lectiva el va ajudar a construir els seus valors com a periodista. “Quan parlàvem de les matances de Ruanda, per exemple, ja no ens calia ni llibre d'estil, perquè hi havia una cultura de treball que feia que hi hagués determinats plans que no possessin, o que segons quines imatges duressin només pocs segons... es tracta de coses de matís, de filar molt prim, que les adquireixes treballant”, explica.

Aquesta cultura de treball compartida, tanmateix, és cada cop menys present dins les redaccions. Almenys aquesta és l'experiència de la Irene, de 53 anys i que va ser cap d'informatius d'una emissora de ràdio pública, que també recorda com l'aprenentatge en els inicis de la seva carrera va venir de la mà dels més veterans. "Quan vaig començar vaig tenir la sort de treballar amb gent molt experimentada, i cada dia me'n tornava a casa havent après alguna cosa. Per a mi, això era un luxe: ho parlàvem, ho valoràvem i ho comentàvem tot", recorda. En canvi, creu que en l'actualitat les dinàmiques a les redaccions ha canviat molt i ja no hi ha lloc per a aquest tipus de debats, ja que predomina la competitivitat i l'individualisme: "Ara, a les redaccions, ningú parla amb ningú. Ningú pregunta res, perquè sembla que si preguntes ets *tonto*", lamenta. L'exemple més il·lustratiu d'aquesta nova situació, però, és el de l'Emma, que quan tenia 21 anys i estava fent unes pràctiques sense contracte en una revista es va veure obligada a cobrir tota sola l'atemptat terrorista de l'agost de 2017. En una redacció amb el personal sota mínims, no va tenir ningú a qui consultar els dubtes ètics per a la cobertura d'una informació tan delicada. Aquest és el seu testimoni: "El meu cap estava a Barcelona, i jo, des de Cambrils, em vaig haver d'empassar sola la cobertura dels atemptats [...]. Els dubtes, doncs, me'ls vaig resoldre jo sola. Tenia la sensació de pensar: no tinc ni una carrera i m'ha tocat cobrir un atemptat. Però vaig intentar fer el que jo creia que era correcte, i pensava: no estic aquí dient noms, ni imputant a ningú cap delictes... només estic parlant amb testimonis que m'han donat el seu consentiment i estic explicant el que em diuen, sense dir cap mentida i evitant les parts més sensacionalistes [...]. Vaig fer el que vaig poder". La falta de suport, doncs, la va obligar a prendre les decisions deontològiques de forma individual i sense cap orientació de professionals més veterans, tot i que com a nota positiva cal destacar que, malgrat la seva joventut, va tenir en compte els aspectes deontològics d'una cobertura extremadament complicada.

En aquest sentit, el testimoni de l'Emma amb relació als atemptats de Cambrils indica que les noves generacions de periodistes, tot i la seva joventut, també atorguen una destacada importància a les qüestions de caràcter ètic, malgrat que mostren un major desconeixement del Codi Deontològic -segons l'enquesta, només un 23% dels menors de 25 anys estan col·legiats- i es regeixin majoritàriament per una moral individual. Hi contribueix el fet de ser una professió molt vocacional, que fa que molts periodistes tinguin clar des del primer moment que hi ha uns límits que no es poden traspasar. En

Jordi, de 23 anys, és taxatiu: “Per a mi l’ètica consisteix bàsicament en no enganyar, no mentir [...]. El que no entendria mai és que un periodista pogués dir directament mentides”, afirma. Per tant, malgrat mostrar un alt nivell de moral individual, la baixa adhesió dels participants més joves a una ètica compartida es pot atribuir, entre altres raons, al ja mencionat baix grau de socialització a les redaccions i també a la poca importància que, segons expliquen ells mateixos, atorguen les facultats de comunicació a la formació deontològica dels futurs periodistes i comunicadors. “De deontologia només vam fer una assignatura de quatre crèdits, durant un trimestre, de manera que vam tenir unes pinzellades bàsiques”, explica l’Emma, graduada en Periodisme en una universitat pública catalana. Tot i això, considera que la formació deontològica no és imprescindible dins de les aules, sinó que on s’aprenen realment les directrius ètiques és en la pràctica diària de la professió. “Fins que no hi ets i et trobes amb un conflicte ètic, tot el que t’hagin explicat a classe tampoc serveix de res”, valora. Tanmateix, la realitat actual de moltes redaccions fa que sigui precisament allà, en el moment d’enfrontar-se als reptes deontològics derivats de la pràctica diària del periodisme, on els més joves es troben amb una manca de referents professionals que els acaba abocant a sistema de presa de decisions cada cop més individualista.

5.1.2.3 Mitjans públics, ètica i *accountability*

La majoria d’entrevistats perceben els mitjans de comunicació públics -que, com s’ha vist amb l’enquesta, són els que ofereixen millors condicions laborals als seus treballadors- com els principals garants del pluralisme i la responsabilitat social, de manera que els atribueixen un nivell d’ètica més elevat que en el cas dels mitjans privats, que consideren excessivament orientats al benefici econòmic. Així ho veu, per exemple, en Marc, cap d’informatius d’una televisió local privada, que opina que en els mitjans públics -i molt especialment a la televisió pública catalana- el grau d’ètica “rondaria l’excel·lent”, ja que “els informes dels òrgans de control demostren que és la més plural”. En canvi, considera que en les televisions privades “el més qüestionable és, precisament, l’ètica: els és igual la realitat, ja que només volen vendre allò que els interessa”.

Efectivament, els entrevistats que més preocupats es mostren per les qüestions relacionades amb la responsabilitat social són els que treballen per a empreses públiques, que vinculen el concepte d'ètica al d'*accountability*: en tractar-se de mitjans o institucions finançats directament per la ciutadania, els seus treballadors consideren que el concepte d'ètica ha d'incloure transparència i rendiment de comptes davant la ciutadania. Per exemple, en Guillem, editor d'informatius de la televisió pública catalana, creu que si els ciutadans financen un mitjà de comunicació amb els seus impostos, tenen dret a expressar la seva opinió i obtenir una resposta: “Com a televisió pública no ens hem de justificar permanentment, només faltaria; però tenim una certa obligació de ser transparents en la manera com treballem i de posar-nos en qüestió de forma constant”, assenyala. També la Laia, que treballa en un gabinet de comunicació d'una institució pública, és molt conscient de la importància que té la funció de servei públic a l'hora d'exercir la seva feina: “Sento que la feina que faig, o com a mínim això vull pensar, pot revertir en la ciutadania. Hi crec, i això per a mi és molt important”, afirma.

5.1.3 Les conseqüències de la precarietat en la deontologia

Un cop avaluades les dimensions de la precarietat i les seves conseqüències en la pràctica habitual del periodisme, a continuació s'ofereixen les visions dels participants sobre la influència de les seves condicions laborals davant dels dilemes ètics vinculats als principis de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat amb els quals, segons els resultats de l'enquesta, es troben de forma més habitual. Així, s'agafen com a punt de partida els vuit supòsits que han rebut més d'un 50% de respostes afirmatives en l'anàlisi quantitativa i s'hi suma també el respecte a la privacitat, una qüestió que ha obtingut una puntuació menor en l'enquesta però que és mencionada per gairebé tots els professionals en les entrevistes en profunditat.

5.1.3.1 Efectes sobre el principi de llibertat

D'acord amb les dades obtingudes, el principi de llibertat és el que es veu més amenaçat en l'actual context laboral, ja que inclou cinc dels vuit supòsits amb els quals, segons els resultats de l'enquesta, els participants es troben de forma més habitual. Els condicionants polítics i, sobretot, econòmics descrits en l'apartat anterior, sumats a unes condicions

laborals precàries, poden conduir a la publicació, modificació o eliminació d'informacions per adequar-se a les exigències d'un superior malgrat que no s'hi estigui d'acord; l'adequació voluntària d'informacions a la línia editorial del mitjà; l'autolimitació amb informacions que puguin ser perjudicials per a l'empresa; la submissió davant de possibles conflictes d'interès –per exemple, entre informació i publicitat- i la proliferació de continguts patrocinats malgrat que no quedin clarament indicats són les situacions amb què més habitualment es troben els entrevistats, ja que més del 50% afirmen dur a terme aquest tipus d'accions de forma diària, freqüent o ocasional. Aquestes dades confirmen les conclusions de Palacio (2015), que ja havia alertat que la independència dels professionals es veu limitada per les condicions inestables i precàries amb les quals treballen. A continuació s'exposen les visions dels entrevistats amb relació a cadascuna d'aquestes situacions, tot vinculant-les a les dimensions de la precarietat que s'han descrit en l'apartat anterior.

a) Publicació, modificació i/o eliminació d'informació per exigència d'un superior

Tot i que seguir les indicacions d'un superior entra dins la lògica laboral de qualsevol àmbit professional, en el cas que ens ocupa el conflicte sorgeix quan el periodista mostra discrepàncies amb el seu superior a l'hora de publicar determinades informacions perquè li generen dilemes de caràcter ètic. Tal com s'ha observat en l'anàlisi quantitativa, la submissió a les directrius dels càrrecs superiors malgrat que el professional no comparteixi el mateix punt de vista és una realitat força habitual a les redaccions dels mitjans a Catalunya, ja que un 29,59% dels participants en l'enquesta afirma fer-ho de forma diària o freqüent. Les respostes dels participants mostren que els problemes més habituals fan referència al biaix ideològic i al sensacionalisme, i que algunes dimensions de la precarietat, com la inestabilitat que pateixen especialment els més joves, generen una major vulnerabilitat entre els professionals a l'hora de defensar els seus punts de vista. L'estabilitat laboral, sumada a l'existència de mecanismes d'autoregulació dins del mitjà -més abundants en els de titularitat pública-, es revelen com un factor clau en la confiança dels periodistes a l'hora de defensar els punts de vista propis davant les directrius imposades pels superiors, tot i que els autònoms amb més experiència també manifesten un ampli marge de llibertat.

I. Biaix ideològic i sensacionalisme, els problemes més freqüents

Preguntats sobre quines són les directrius o instruccions que reben més sovint per part dels seus superiors, els entrevistats fan majoritàriament referència a dues qüestions: les pressions per transmetre una determinada ideologia política i, en menor mesura, el sensacionalisme. Aquesta elevada politització, que s'emmarca dins del sistema pluralista polaritzat descrit per Hallin i Mancini (2008), s'ha vist agreujada, segons els participants, pel procés independentista català, culminat amb el referèndum de l'1 d'octubre de 2017, que es va produir poc abans que tinguessin lloc les entrevistes en profunditat –realitzades entre l'hivern de 2018 i la primavera de 2019- i del qual tenien, per tant, un record molt recent. La forta polarització de la societat i la política catalanes derivada del procés independentista es va traslladar també als mitjans de comunicació. Segons expliquen alguns participants, això es va traduir en un augment de les pressions dels càrrecs de responsabilitat per tal de donar un determinat enfocament a les informacions.

Una de les participants que va experimentar aquesta situació va ser la Sònia, que treballa com a autònoma per a dos mitjans d'àmbit espanyol i que arran del procés afirma haver-se trobat amb unes pressions fins llavors inaudites: “Amb el que he tingut més problemes, que no havia tingut mai, ha estat amb tot això del procés; per haver d'escriure una cosa o explicar-la d'una manera que jo deia: *no la puc escriure així, perquè no la veig*”. Segons recorda, en diverses ocasions va rebre instruccions dels seus superiors perquè donés un determinat enfocament a les informacions que elaborava, li van retallar textos o li van encarregar l'elaboració d'informacions que ella considerava esbiaixades. També l'Emma, de 22 anys, manifesta haver rebut pressions derivades del procés independentista quan exercia com a estudiant en pràctiques en una revista local: “Algunes vegades em vaig sentir bastant collada per escriure coses... no per dir cap mentida, però sí de pensar: *jo no ho hagués enfocat per aquí, perquè se'ns veu bastant el llautó*”, explica. Una tendència que ella, com a estudiant en pràctiques, no es va veure capaç de revertir, però que també van haver de patir els seus companys que estaven contractats: “El meu cap és molt radical i costa molt fer-lo canviar d'opinió. Hi ha una noia que treballa allà des de fa vint anys i tampoc aconsegueix fer-lo baixar del carro. I és redactora, té contracte. Però és una qüestió de jerarquia i d'ell, que pensa com pensa”, assenyala.

La pressió per elaborar continguts sensacionalistes, que s'analitzarà amb més profunditat en els apartats dedicats al clic-bait i la privacitat, és l'altra gran directriu amb la qual afirmen trobar-se els participants. Una de les que així ho afirma és la Laia, que va començar la seva carrera professional com a redactora de successos en un diari: “La meva cap era molt destrallera, i pensava que tot això del tacte o la privacitat són bajanades. Jo soc més reflexiva, i ella en canvi era *de tirem més pel tros* i ja està. I em feia buscar titulars que cridessin l'atenció, cosa que és lògica, però a vegades tot plegat et feia dubtar”, recorda. Tot i això, malgrat tenir una opinió personal diferent, tenia molt interioritzada quina era la jerarquia dins l'empresa: “Jo havia de fer el que em deia la cap”, indica. S'observa, doncs, que la joventut i la manca d'experiència es converteixen en un hàndicap a l'hora de qüestionar les instruccions que procedeixen dels superiors.

II. Els joves en situació inestable, els més vulnerables

La inestabilitat que, segons els resultats de l'enquesta, afecta la meitat dels periodistes catalans -sobretot els més joves-, és un dels factors que, a criteri dels entrevistats, més perjudica la seva capacitat de defensar els punts de vista personals davant les possibles pressions dels superiors. Segons alerten, la falta d'un contracte a temps complet/i o indefinit és una de les causes que condueix els professionals a una major submissió a les directrius de l'empresa, ja que temen córrer el risc de ser acomiadats en cas de negar-s'hi. Els més afectats per aquesta circumstància són, generalment, els periodistes menors de 40 anys, col·lectiu que, tal com reflecteixen les dades quantitatives, es troba per sota d'un 50% de contractes indefinits. En el seu cas, a més, s'hi sumen la falta d'experiència i les ganes d'ascendir dins l'àmbit laboral, de manera que ho tenen especialment difícil a l'hora de defensar les seves idees personals davant les directrius que reben dels seus superiors. Així ho explica l'Òscar, que evoca la seva primera experiència laboral en una televisió local: “Havies d'acceptar el que et deien. Estaves de becari o amb un contracte de només un dia o dos, o d'una setmana com a màxim. I corries el risc que no et tornessin a cridar [...]. No tens força com per dir: *No, el que ha passat és això i no podem tergiversar una imatge que no és*”.

Els dos participants més joves mostren visions similars. Tot i afirmar que tenen prou llibertat com per a poder expressar les seves opinions personals als seus superiors, admeten que la decisió final acaba recaient en els càrrecs de responsabilitat i que ells han d'adaptar-s'hi si volen mantenir el lloc de treball. L'Emma, de 22 anys i estudiant en pràctiques en un diari, explica que rep directrius polítiques de la seva superior a l'hora d'escriure, però que la seva situació laboral li impedeix contradir-la, ja que en podria sortir perjudicada: "En política em marca molt, però ho entenc perquè la ideologia del diari és la que és i m'imagino que ella ha de marcar per on vol que vagi [...]. I a mi, és clar, no em passa pel cap negar-m'hi, perquè crec que no estic en condicions de fer-ho, perquè soc la becària i ella és la meva cap", explica. En una línia similar s'expressa en Jordi, de 23 anys i treballador d'un mitjà digital, que recorda així els seus inicis professionals en una agència de comunicació: "La meva cap veia les coses d'una manera molt concreta. Jo no em callava res, li deia com pensava que s'havien de fer les coses, però al final s'acabava fent bastant el que ella volia [...]. Al final, ja t'adaptes al que vol ella", admet. També en Marc, de 42 anys, recorda que al principi de la seva carrera laboral es limitava a seguir ordres i plantejava pocs dubtes morals als seus superiors: "Jo crec que dilemes ètics en tenia pocs, en aquell moment: quan comences la carrera vas molt al dictat i fas el que et diuen", assenyala.

Amb 35 anys, l'Òscar considera que l'estabilitat no és l'únic factor que s'ha de tenir en compte a l'hora de valorar el grau de llibertat dels periodistes -ell mateix treballa com a autònom per a diferents mitjans internacionals-, sinó que també s'ha de contemplar l'experiència, que permet als professionals guanyar confiança en si mateixos i rebatre les opinions dels seus superiors si ho creuen oportú: "L'experiència és un grau, i el que al principi no t'atreves a dir, amb el pas dels anys tens menys pèls a la llengua i ho dius [...]. També tinc un bagatge més gran, i dins el *mundillo* tinc més pes, tinc més nom, i des d'aquest punt de vista et pots permetre dir que *no* a algunes coses", assenyala. I afegeix: "Quan acabes de sortir de la carrera, per por, dius que *sí* a tot. Amb els anys i l'experiència, aprens a dir que *no*". La Sònia, que després de 27 anys de carrera professional continua treballant com a autònoma, també considera que l'experiència li ha permès accedir a un major grau de negociació amb els superiors: "Amb el diari, com que són gent dialogant, a vegades intento dir: *amb això no hi estic d'acord*, per tal de trobar una entesa, un terme mig, una fórmula perquè jo hi estigui còmoda", explica.

III. El marge de llibertat dels autònoms

Els dos testimonis de l'Òscar i la Sònia, que malgrat trobar-se en una situació inestable es veuen capacitats per expressar les pròpies opinions davant dels seus superiors, mostren que els autònoms gaudeixen d'un ampli marge de llibertat a l'hora d'elaborar els seus continguts. L'elevat grau d'especialització del qual disposen -ja que sovint coneixen determinat tema o territori millor que els seus propis superiors-, així com la distància respecte a la redacció i les pressions i dinàmiques que s'hi produeixen, facilita la capacitat d'aquest col·lectiu per defensar els seus punts de vista davant dels seus superiors. De fet, els autònoms entrevistats consideren que pateixen menys pressions, directrius i condicionants a l'hora de fer la seva feina que no pas els seus col·legues que es troben dins d'una redacció.

L'Alba, de 34 anys, és autònoma i treballa com a corresponal per a un diari d'abast català. Com que anteriorment havia treballat en una redacció a Barcelona, pot comparar les dues dinàmiques de treball, i considera que el fet de ser autònoma li dona un major marge de llibertat: "Quan treballes a la secció de política d'un diari de Barcelona tens un munt d'ulls que t'estan mirant i t'estan controlant; en canvi, quan treballes des de territori, no", afirma. I afegeix: "L'avantatge de ser corresponal és que confien molt en tu. No et canvien res, no t'influencien, no t'intenten manipular, sinó que tu els dius: això va per aquí o va per allà, i ells et canvien molt poca cosa [...]. Al final no acabes tenint pressions de cap tipus, perquè tu ets la que coneixes el territori, saps quins són els problemes, i t'ho compren". D'altra banda, sospita que part d'aquesta llibertat també s'explica perquè des de la capital s'atorga a les informacions de territori una menor rellevància: "A Barcelona hi ha la mentalitat que les notícies de províncies, de poble, locals... són una informació de segona, i els és una mica igual el que publiquis". En aquest cas, doncs, al marge de llibertat que li proporciona el fet de ser autònoma se li suma el fet que les seves informacions són considerades, en certa manera, "de segona categoria", fet que amplia el seu grau d'independència.

També l'Òscar, de 35 anys, que actualment treballa com a autònom per a agències de notícies internacionals però que anteriorment havia estat contractat per mitjans d'abast

local i espanyol, considera que la inestabilitat que li genera el fet de no tenir contracte s'ha vist compensada per la independència que ha guanyat. En el seu cas, tanmateix, creu que també hi ha contribuït la distància física respecte als seus caps -que estan en un altre país-, que fa que aquests li dipositin una major confiança perquè coneix millor que ells les particularitats del terreny on treballa (en aquest cas, Barcelona). “Ara m’ho faig jo sol, *yo me lo guiso y yo me lo como*. Intento no ser tendencios, però al cap i a la fi els meus caps no em veuen, tinc aquest avantatge. Jo soc el que tria [...], i ells tenen plena confiança en els meus criteris”, indica.

IV. La importància dels mecanismes d'autoregulació

La titularitat del mitjà on es treballa és un altre factor determinant en la capacitat dels professionals per mantenir les pròpies opinions davant les directrius dels superiors. La ja mencionada seguretat laboral que ofereixen els mitjans públics, sumada als mecanismes d'autoregulació dels quals disposen, atorga als seus treballadors una major capacitat de blindar-se davant les ingerències dels seus superiors, segons apunten els dos entrevistats que treballen en mitjans públics. En canvi, cap dels participants empleats en empreses privades menciona l'existència d'aquest tipus de mecanismes de protecció en el seu lloc de treball. És més, un d'ells explica com la defensa d'un punt de vista propi que anava en contra la línia ideològica del mitjà li va suposar una degradació a nivell professional. En aquest cas, doncs, s'observa que els mitjans públics, que són els menys precaris, disposen també de més mecanismes per defensar el criteri i el punt de vista dels seus redactors, mentre que els treballadors dels privats experimenten una major vulnerabilitat.

Segons es desprèn de les respostes a les entrevistes, el sistema de presa de decisions en els mitjans privats és majoritàriament jeràrquic, de manera que el redactor que no segueixi les directrius establertes s'arrisca a perdre el lloc de treball. Així recorda l'Òscar la seva experiència laboral en un diari: “No tenies gaire opció de diàleg. Allà sí que et trobaves que la tendència ideològica del diari estava per sobre de l'ètica i del que fes falta”, assenyala. En el seu cas, la lluita per intentar mantenir el punt de vista propi davant dels seus superiors li va acabar comportant una degradació a nivell professional i laboral: “Van veure que per a la línia editorial del diari jo era massa roig, massa asèptic, i em negava a

cenyir-me al guió que em donaven i a seguir unes línies tan ideològiques tan marcades. O sigui que vaig començar fent política i després ja només em deixaven fer successos”, explica.

Diversos entrevistats es queixen, a més, que els seus superiors modifiquen els continguts que han elaborat sense ni tan sols consultar-los, sovint per adaptar-los a la ideologia del mitjà. L’Òscar mateix es va trobar amb aquesta situació quan treballava per a un mitjà escrit: “Del text que jo havia enviat al que veia després maquetat, tot canviava completament: m’havien canviat el text, el titular, et trobaves declaracions tretes de context, d’una declaració sencera agafaven només la frase que els interessava per donar-li un caire ideològic...”, enumera. També la Sònia es troba que els editors de l’agència de notícies per a la qual treballa li canvien els textos sense que ella pugui opinar: “Els meus textos els toca tanta gent que a vegades no m’atreveixo ni a llegir-los per les incorreccions que hi deu haver”, confessa.

Aquest tipus de situacions, en canvi, aparentment són més improbables en els mitjans de titularitat pública, on existeix un major nombre de sistemes d’autoregulació. En Guillem, editor d’informatius de la televisió pública catalana, afirma que no pot imposar la seva visió als seus subordinats, ja que l’emissora compta amb un Consell Professional que protegeix drets dels treballadors com la clàusula de consciència, el secret professional i els drets d’autor, entre altres. Per tant, abans de fer un canvi en qualsevol peça, l’ha de consultar amb el redactor que l’ha elaborat: “A ningú se li acut dir-li al redactor de torn com ha de fer una frase, perquè et munta un pollastre i el tema acaba al Consell Professional”, assenyala. Una situació molt diferent, considera, del que sol succeir a l’empresa privada: “Aquí no hi ha res que es faci per *ordenó y mando*. Almenys, jo no m’hi he trobat. En canvi, en altres mitjans, col·legues meus m’han explicat que les coses s’han de fer d’una certa manera i el redactor acata i compleix”, explica.

La Irene, treballadora de la ràdio pública estatal, també explica que durant la seva etapa com a cap d’informatius també defensa que els mitjans públics han de prendre decisions de forma col·lectiva i consensuada. “En la meua època la direcció mai em va dir *fes això*

o *fes això altre*, sinó que era un treball en equip. Això és una ràdio pública i hem de treballar com una ràdio pública”, assenyala. Tot i això, alerta que en els darrers anys, amb el descens de la plantilla i l’augment del volum i ritme de treball, aquesta dinàmica s’ha anat perdent. “Els consells de redacció s’han anat deixant de fer, jo crec, una mica per desídia. Però penso que és important que es facin perquè, malgrat que hi hagi menys gent a les redaccions, tothom ha d’aportar els seus punts de vista, perquè jo no soc infal·libre”, considera.

b) Publicació, modificació i/o eliminació d’informació per adequar-se a la línia editorial del mitjà

Malgrat l’elevada influència que, com s’ha observat, tenen les directrius dels càrrecs superiors en les rutines periodístiques, en alguns casos no és necessari que aquestes instruccions s’arribin a verbalitzar: molts professionals són perfectament conscients de la línia editorial del mitjà on treballen, i un 32,61% admeten que estan disposats a publicar, modificar i/o eliminar informació de forma diària o freqüent per adequar-s’hi sense necessitat de rebre instruccions explícites. Segons es desprèn de les respostes en les entrevistes qualitatives, els professionals assumeixen aquesta dinàmica amb certa resignació perquè la consideren necessària per poder conservar la feina o ascendir professionalment. També alerten que les empreses prioritzen cada cop més les “contractacions ideològiques” de periodistes afins a la seva línia editorial, ja que això els evita enfrontaments interns. Es dibuixa, doncs, un panorama en què l’elevada politització descrita per Hallin i Mancini (2008) no es transmet necessàriament de forma verbal, sinó que a vegades és una qüestió estructural que els periodistes tenen interioritzada i reproduïxen davant del temor a perdre la feina. Tot i això, en aquestes circumstàncies, els participants relativitzen la seva responsabilitat respecte al contingut ideològic dels mitjans on treballen i consideren que aquesta ha de recaure en els càrrecs directius.

I. Docilitat per conservar la feina

Tenint en compte el context de precarietat que, com s’ha descrit prèviament, envolta el periodisme, sumat a l’elevat grau de competitivitat generada per l’escassetat de llocs de treball, fa que els participants admetin que alguns professionals –a vegades, ells mateixos-

estan disposats a adequar-se a la línia editorial del mitjà sense queixar-se per tal de conservar el lloc de treball. Així ho explica l'Òscar, autònom, que considera que l'escassetat d'oportunitats laborals és un factor clau en la docilitat dels periodistes: “Conec gent que treballa en premsa de molt marcat caràcter ideològic, i que per tal de mantenir la seva feina és capaç de renunciar a una ètica periodística correcta. Fan les peces en funció de la línia editorial que els demana el mitjà, i també els entenc, perquè tenen por a perdre la feina. Tots sabem que no hi ha gaires places [...], i si en tens una, i t'ha costat molt aconseguir-la, penses que has de fer tot el possible per mantenir-la, de manera que acabes caient en la temptació de fer el que et demana el mitjà i no el que tu creus que seria correcte”.

Els participants més joves, que generalment es troben en les situacions més precàries, contempen la idea de “ser obedient” i escriure d'acord amb la línia editorial del mitjà com una oportunitat d'ascendir laboralment, o com a mínim de conservar la feina que tenen. Així ho veu l'Emma, de 22 anys, estudiant en pràctiques en un diari: “Jo m'adapto a la línia editorial del mitjà on treballo [...]. Crec que tots els treballadors fem l'esforç d'acomodar-nos al màxim a l'empresa; es tracta de ser una mica egoista i intentar aconseguir els caps”, assenyala. Per tant, a ella, aquesta pràctica no li suposa un dilema ètic, ja que no ho considera una mala praxis: “Es poden enfocar els temes d'una manera o una altra, perquè som qui som, però això no vol dir que estiguis fent la feina mal feta, que diguis mentides o que adoctrinis”, afirma. També en Jordi, de 23 anys i treballador d'un mitjà digital, explica que tant ell com els seus companys elaboren peces amb un determinat contingut polític encara que ningú els ho requereixi de forma específica: “Als de la secció de Política no és que els diguin: *s'ha de fer això*, sinó que ja saben el que hi ha, i si tal persona fa un tuit ja saben que n'han de fer una notícia. A mi, com a redactor d'Esports, mai ningú m'ha dit *això no ho pots posar o això diga-ho d'una altra manera*, però no soc tonto, i si un futbolista fa un tuit que diu *Visca Catalunya!*, fas quatre ratlles i no quedes malament”.

Per a l'Enric, de 61 anys, aquesta resignació i falta de valentia dels professionals s'acaba reflectint en els continguts dels mitjans, que han vist disminuir la seva pluralitat. “Els mitjans haurien de provocar el debat i publicar coses que van en contra, fins i tot, de la

seva pròpia línia editorial. Haurien de ser més valents, però tot això ha caigut. Per què, per mandra? Segurament. Però sobretot perquè hi ha molt poca gent i molta gent en precari”, apunta. Aquesta docilitat generalitzada, tanmateix, té una excepció. L’Òscar, que treballa com a autònom per a diferents mitjans internacionals, és l’únic entrevistat que manifesta sentir-se lliure per poder fer la seva feina sense seguir cap línia editorial i ho atribueix, principalment, al fet que els mitjans estrangers estan menys polititzats que els espanyols. “Treballen d’una altra manera. Tu has de proposar els temes i tens molta més llibertat, no estàs subjecte a una línia editorial concreta”, afirma. El seu cas permet constatar que, tal com apunten Hallin i Mancini (2008), el paral·lelisme polític és molt més elevat en els mitjans espanyols i catalans que en altres països; circumstància que, com els propis entrevistats han assenyalat anteriorment, s’ha vist accentuada amb el procés independentista viscut a Catalunya a partir de 2017.

II. Augment de les “contractacions ideològiques”

En aquest panorama d’extrema polarització, els participants que treballen per a mitjans afins a la seva pròpia ideologia afirmen sentir-se més còmodes i experimentar menys dilemes morals que no pas aquells que produeixen continguts per a mitjans amb els quals senten una gran distància ideològica. “Vaig estar molt bé fent les pràctiques a la televisió pública catalana, i crec que hi influeix el fet que, ideològicament, era afí a mi [...]. Com que pensava com pensava, no em va suposar cap conflicte i creia que fèiem les coses ben fetes”, assenyalava l’Emma, de 22 anys.

És per aquest motiu que l’Òscar apunta que les empreses busquen, bàsicament, periodistes que s’adaptin de forma entusiasta a la línia editorial del mitjà sense necessitat de rebre instruccions. Per això, alerta que estan augmentant les “contractacions ideològiques”; és a dir, de mitjans que no escullen els periodistes en funció de la seva capacitat professional sinó segons la seva línia de pensament: “Si poden posar un redactor afí a la seva ideologia i que el cap de secció no li hagi d’estar retocant les peces, ho faran [...]. Les empreses volen redactors dòcils, que s’adaptin a la ideologia i que quan facin una peça ja sàpiguen quina és la línia editorial i què busquen els caps de secció, i que no facin una altra cosa”, assenyalava. L’Enric, que va ser director adjunt en un diari d’abast català, ho constata: “Jo

crec que, quan des del diari vam fer una aposta més clara per l'independentisme, els treballadors no es van sentir malament perquè aquesta ja era majoritàriament la seva línia editorial, de manera que a l'hora de fer la informació no se'ls van haver de marcar les regles, no se'ls va haver de dir de qui havien de parlar bé o malament perquè ja ho tenien clar". D'aquests testimonis se'n desprèn, doncs, que, a l'hora de contractar, els mitjans prioritzen periodistes dòcils i afins a la seva línia editorial per tal d'estalviar-se problemes i discussions. Tot i això, igual que succeïa amb l'Emma, l'Enric no ho considera necessàriament una mala praxi: "Els periodistes han de ser honestos i no han d'enganyar ningú. Es pot seguir fent i es fa bona informació, bones entrevistes i bons articles d'opinió encara que la línia del mitjà tingui un caràcter molt determinat".

III. El debat sobre la responsabilitat ideològica

Amb relació a la càrrega ideològica dels continguts que publiquen els mitjans, els participants admeten que els periodistes hi tenen una part de responsabilitat, ja que haurien de ser capaços d'oferir informacions tan equilibrades i contrastades com sigui possible: "Òbviament, vulguis o no, no pots ser totalment asèptic i oblidar-te de tota la ideologia que portis de casa, però sí que has d'intentar ser el més imparcial possible", apunta l'Òscar. La Sònia opina el mateix: "Els periodistes hem de ser fidels a la veritat i a la realitat. D'acord que cadascú pot tenir la seva opinió, però s'ha de mirar de ser el màxim d'equànime possible", considera. Però malgrat valorar aquesta responsabilitat individual del periodista, els participants admeten que, a l'hora de la veritat, els professionals de base tenen molt poca capacitat d'incidir en la línia editorial dels seus mitjans, que ve molt marcada pels càrrecs directrius. És per això que consideren que la màxima responsabilitat, sobretot de cara a la ciutadania, hauria de recaure sobre les empreses i no directament sobre els treballadors.

D'aquesta manera, alguns participants es mostren molestos perquè hi ha ocasions en què la ciutadania, descontenta amb el tractament mediàtic que ha tingut una determinada qüestió, mostra la seva indignació amb els treballadors de base i no amb les direccions dels mitjans, a qui consideren els veritables responsables dels continguts que s'acaben publicant. En aquest sentit, diversos entrevistats lamenten que els redactors puguin ser

increpats mentre treballen el carrer, essent objecte de protestes que, en algunes ocasions, fins i tot els impedeixen exercir la seva feina. “Estic molt en contra dels atacs als periodistes, vinguin del costat que vinguin. Puc estar d’acord amb la gent que diu que una televisió manipula, però la manera d’arreglar-ho no és anar a *matxacar* el pobre desgraciat que està al carrer i impedir-li fer la seva feina”, assenyala la Sònia, autònoma. En aquest sentit, lamenta que les crítiques no es dirigeixin a la direcció del mitjà: “La gent, quan insulta, no li diu pas al director, perquè no deu saber ni qui és”. L’Òscar, també autònom, hi està d’acord, i afegeix que aquests periodistes a qui s’ataca solen ser professionals amb unes condicions laborals precàries que no busquen més que guanyar-se la vida: “Em sap greu quan veig que als companys els criden *Prensa espanyola, manipuladora*, perquè la immensa majoria són autònoms que avui estan treballant per un canal i demà potser per un altre que defensa tot el contrari”, comenta.

IV. La retirada de la signatura com a exempció de responsabilitat

En cas de veure’s obligats a publicar una informació subjecta a unes directrius ideològiques que no comparteixen, els participants opten per retirar la seva signatura de la peça, en considerar que, si el seu nom no apareix en la informació, la responsabilitat deixa de ser seva i es deriva directament a la direcció del mitjà. “Jo no dic que el diari pel qual treballa no manipuli, però jo no penso fer-ho. El que jo escric no està manipulat, i si ho volen manipular, no hi posaré el meu nom”, afirma la Sònia, autònoma. Tot i això, l’Òscar, també autònom, es mostra escèptic i considera que no és una pràctica gaire efectiva: “Quan hi ha campanya electoral i els periodistes no estan d’acord amb les directrius polítiques dels seus mitjans, molts opten per no firmar les peces. Ui sí, quina gran cosa, però la gent del carrer ni tan sols se n’adona”, ironitza.

Sigui com sigui, la signatura és una qüestió molt important per als periodistes, ja que es tracta de la seva marca personal, un “segell de qualitat” propi que els pot obrir i tancar les portes del reconeixement i permetre’ls aconseguir o perdre noves feines en el futur. Per això, l’Alba, també autònoma, explica que, si una informació ha de portar la seva signatura, se la treballa i està disposada a lluitar molt més per poder expressar el seu punt de vista, mentre que, si no ha d’aparèixer el seu nom, hi destina menys esforços perquè

se'n sent menys responsable. “Sé que no hauria de ser així, però la informació que publico a l'agència de notícies no va signada, soc només un número... i ja sé que és políticament incorrecte, però me la prenc com una feina de *negrers*. Que vols que et piqui això? Doncs ho faig i em quedo tan ample”, admet. En canvi, en el diari pel qual també treballa, on sí que apareix el seu nom al capdamunt de la notícia, està molt més disposada a discutir si li fan escriure quelcom que vagi en contra de la seva ideologia: “Amb el diari, em plantaria. Si haig de signar i donar la cara amb el que surt, llavors no escriuria segons què”, garanteix.

c) Autolimitació davant de continguts que poden perjudicar el mitjà on es treballa

L'autolimitació davant de continguts que puguin perjudicar el mitjà pel qual es treballa és la tercera gran conseqüència que té la precarietat sobre el principi de llibertat. Els participants, que com s'ha observat són plenament conscients de la influència que tenen els condicionants econòmics sobre els continguts que es publiquen, consideren que la vulnerabilitat econòmica que pateixen les empreses –especialment els mitjans escrits i els digitals- les fa més permeables a l'autolimitació econòmica. Segons les respostes recollides en l'enquesta, un terç dels participants (33,06%) afirmen autolimitar-se de forma diària o freqüent en la seva pràctica professional.

I. De la censura política a l'autolimitació econòmica

Dels deu professionals entrevistats, només el més veterà, l'Enric, de 61 anys, va viure els seus inicis professionals durant les acaballes del franquisme, època en què va treballar en mitjans de comunicació del *Movimiento*. I, segons recorda, ja llavors la censura procedent de l'esfera política es barrejava amb l'autolimitació voluntària dels mitjans –i, per extensió, dels seus periodistes- per tal d'evitar-se problemes, ja que publicar informacions que anessin en contra del règim podia conduir-los a la presó. “Vaig estar en una redacció on hi havia una autocensura claríssima dels periodistes en funció de si les informacions afectaven a les institucions o al règim d'aquell moment [...]. Per exemple: no tocàvem els nassos als militars, quedar bé amb la Guàrdia Civil, i la Policia Armada i la Policia Municipal...”, recorda. Tanmateix, la mort del dictador i la transició democràtica va suposar una alenada d'aire fresc per als mitjans de comunicació espanyols i catalans, tot

propiciant un nou escenari on convivia una autocensura encara molt arrelada entre els periodistes adeptes al règim i el naixement de nous mitjans que van començar a publicar informacions fins llavors silenciades: “Va ser una època molt bona, amb *Interviú* i altres publicacions que treien coses *heavies*, amb periodistes intrèpids dels quals ara n’hi ha molt pocs”, apunta la Irene, de 53 anys.

Amb el pas dels anys, tanmateix, l’autocensura política ha donat pas a l’autolimitació per motius econòmics. Segons descriu l’Enric, entre els anys 80 i 90 del segle XX la combinació de democràcia i bonança econòmica va atorgar als mitjans una gran llibertat per publicar lliurement les informacions que consideressin d’interès públic, ja que la premsa era llavors un negoci sostenible. Tanmateix, durant les dues primeres dècades del segle XXI, les grans crisis que ha experimentat el sector -sobretot arran de la caiguda de la publicitat i l’eclosió de continguts gratuïts a Internet- els han deixat importants deutes amb entitats bancàries. Aquest context ha propiciat un retorn de l’autolimitació en els continguts que es publiquen; una autocensura que és especialment evident davant dels poders econòmics però que també es produeix en l’àmbit polític, especialment en el cas que el mitjà rebi subvencions per part d’un determinat partit o administració.

Els entrevistats, i sobretot aquells que tenen càrrecs de responsabilitat, són conscients de les dificultats econòmiques per les quals passen les seves empreses i admeten que en algunes ocasions han silenciat informacions que haurien pogut tenir conseqüències econòmiques negatives per als seus mitjans. “Hi va haver casos, com en el d’una caixa, que no vam gratar gaire res, perquè no sabíem i perquè pensàvem que no podíem. I el *pensàvem que no podíem* és la clau, perquè jo crec que sí que haguéssim pogut, però ens hi jugàvem molts diners i les motivacions econòmiques ens van marcar molt a partir d’un moment determinat”, explica l’Enric, que va exercir diversos càrrecs de responsabilitat en un diari. En aquest sentit, alerta que la situació afecta especialment als mitjans més grans, que són els que tenen una major dependència econòmica de grans entitats financeres, de manera que van “amb molt de compte a l’hora de tocar ulls de poll”.

II. La confiança atorgada per l'estabilitat laboral

La inestabilitat laboral es torna a presentar com un factor de risc en el cas de l'autolimitació. Les dades de l'enquesta reflecteixen que només un 48,7% dels participants disposa d'un contracte indefinit, de manera que més de la meitat es troba en una situació inestable -és a dir, amb contracte temporal, per obra i servei o sense contracte-. Segons les respostes recollides en les entrevistes, el fet de tenir un contracte indefinit i/o a temps complet genera una major confiança entre els periodistes a l'hora de publicar continguts que puguin resultar polèmics o fins i tot anar en contra dels interessos del mitjà on es treballa, mentre que el fet de trobar-se en una situació inestable provoca una sensació de vulnerabilitat que condueix a l'autolimitació.

Per a l'Alba, de 34 anys, el fet de no posar en risc el lloc de treball és una raó de pes per a autolimitar-se davant d'informacions polèmiques: “Quan tens un ERO sobrevolant la redacció, tu no et posaràs tossut amb un tema, o no el lluitaràs, o no li tocaràs els nassos a segons qui si tens tres fills i una hipoteca, perquè no pots obligar la teva família a anar a viure sota un pont”, apunta. En canvi, la Irene, que té un contracte indefinit en una emissora de ràdio pública, es mostra molt més disposada a parlar de tot, agradi o no als directius de la cadena: “No hi ha pitjor censura que l'autocensura, i si tu creus que has de fer una cosa, la fas. Després, si de cas, ja et cauran els pals, però d'entrada tu no et tallis, perquè si no no fariem res [...]. Jo quan crec que s'ha de fer una cosa la faig, i no miro a qui pot molestar: per exemple, temes com el feminisme o la violència de gènere, que ara sembla que s'estan qüestionant”, afirma.

III. El fre de la por a perdre el càrrec

Tot i que la inestabilitat és un factor que contribueix a la docilitat dels periodistes, el fet de tenir un contracte laboral i/o una situació professional més estable no sempre és garantia d'un major grau d'independència, especialment a l'empresa privada. De fet, segons s'ha observat amb les dades de l'enquesta, els càrrecs de responsabilitat -associats generalment a millors condicions laborals- presenten uns percentatges d'autolimitació més elevats que els seus redactors. Aquesta dinàmica no és aliena al context de precarietat que viu el periodisme, ja que la llarga trajectòria que, com s'ha observat, es requereix per assolir

una certa estabilitat laboral i econòmica, pot predisposar aquells professionals que l'aconsegueixen a autolimitar-se amb informacions que puguin perjudicar a l'empresa, amb l'objectiu de no perdre la posició que els ha costat tant d'obtenir.

L'Enric, que amb 61 anys és l'entrevistat més veterà, admet que l'edat i, sobretot, les responsabilitats familiars, l'han portat a pensar-s'ho dues vegades abans de publicar un tema polèmic: "El problema, entre cometes, és que ens hem anat fent grans, i ens hem anat fent moderats, i valorem més les repercussions que puguin tenir allò que publiquem [...]. T'hauria de dir que les hipoteques i els fills no hi ha influït, però la realitat és que sí", admet. També assenyala que el temor a perdre la feina i no trobar-ne una altra amb unes condicions similars l'ha frenat a l'hora de publicar informacions sensibles: "Durant els anys 80 i 90 del segle passat, i fins i tot durant la dècada dels 2000, hi havia la sensació que, si per alguna raó et tocava el rebre, ja trobaries feina en un altre lloc. Però a mesura que et vas fent gran veus que les coses no són exactament així i que si et quedes sense feina pots tenir problemes", assenyala. L'Alba, de 34 anys, comparteix aquesta visió i considera que els periodistes més veterans son, en aquest sentit, els més vulnerables: "La gent que té entre 45 i 65 anys... jo entenc que aquesta edat t'empasses els gripaus que faci falta, perquè què faràs? Als 50 anys et quedaràs a l'atur, i més essent periodista, quan ara tot el que hi ha són *millennials* que cobren 800 euros i treballen quinze hores al dia? No, no pots fer això", reflexiona. En aquest sentit, la Irene, de 53 anys, constata que, tenint en compte el que costa aconseguir un bona posició dins del sector, hi ha alts càrrecs que estan disposats a silenciar el que sigui necessari per a mantenir-la: "No pots mossegar la mà que et dona menjar [...]. Jo no soc ningú, però potser els que ho són és, precisament, perquè no es fiquen amb segons qui", indica.

IV. La rendibilitat limita l'esfera pública

Malgrat que, tal com s'ha observat en apartats anteriors, els autònoms afirmen gaudir d'un major grau de llibertat que els converteix en els candidats ideals per impulsar el periodisme d'investigació, en moltes ocasions també veuen els seus continguts condicionats per la pròpia precarietat amb què treballen. El fet de cobrar per peça publicada els obliga a treballar informacions que sàpiguen que els generaran una

rendibilitat econòmica, ja que no es poden permetre el “luxe” de treballar continguts que, malgrat que puguin ser d’interès públic, suposin un temps i un esforç que no surtin rendibles si no les aconsegueixen publicar enlloc. Aquesta variant de l’autolimitació, condicionada per motius bàsicament econòmics, acaba perjudicant el periodisme d’investigació i fent que algunes informacions rellevants no arribin mai a l’esfera pública.

Una de les que expressa més clarament aquesta preocupació és la Sònia, autònoma de 47 anys. Com que afirma estar cansada de treballar en històries que no s’acaben publicant perquè no s’ajusten als interessos dels mitjans pels quals treballa, ha optat per consultar als seus superiors abans de començar a investigar qualsevol informació. Així, si aquests l’adverteixen que no hi estan interessats, ja no continua investigant, per tal de no perdre-hi temps i diners. “Quan busco notícies, si veig que és inviable que me les comprin, ja ni tan sols les miro [...]. De seguida pregunto a l’empresa, i si em diu que no, ja no rasco més”, assenyala. L’Alba, també autònoma, considera que la resignació i la falta d’esperit crític també han acabat afectant el seu col·lectiu, de manera que cada cop s’atreveixen a proposar menys temes incisius per por que arribin crítiques als responsables dels mitjans. “El periodisme crític, incisiu, que ho qüestiona tot... cada cop pot existir menys. Quan *punxes* molt sobre un tema ja tens gent queixant-se als teus caps, i clar, per evitar-ho llavors tu mateix ja t’autocensures, que és la pitjor de les censures”, reflexiona.

V. El ressorgiment de l’autocensura política

Malgrat que, com s’ha observat fins al moment, l’actual autocensura periodística està majoritàriament condicionada per motius de naturalesa econòmica, els entrevistats alerten que el procés independentista ha fet ressorgir a partir de 2017 una autocensura per raons polítiques. Aquest fenomen es pot atribuir, d’una banda, a l’elevada politització del sistema mediàtic espanyol descrita per Hallin i Mancini (2008), i de l’altra, al fet que, tal com s’ha observat prèviament, molts mitjans de comunicació catalans, especialment escrits i digitals, depenen de subvencions i publicitat institucional per quadrar els comptes, circumstància que els fa especialment vulnerables a les directrius polítiques. En aquest cas, doncs, els condicionants polítics i els econòmics apareixen estretament lligats.

“Ara hi ha la sensació que amb els teus no t’hi pots posar, i que t’has de posar només amb els altres”, apunta l’Enric, exdirector adjunt d’un diari d’abast català. Aquesta situació ha estat especialment complicada per als periodistes que treballen en mitjans que defensen una ideologia molt allunyada de la seva pròpia opinió personal. És el cas, per exemple, de la Sònia, que es declara independentista però que treballa per a un diari i una agència de notícies que no ho són: “Ho vaig passar molt malament, perquè això de no poder dir el que tu penses és molt *heavy*, i pensar tota l’estona que algú t’està controlant què publiques i què deixes de publicar no és gens agradable”, recorda. Tot i això, ha acabat acceptant que l’autolimitació és la manera de no perdre la feina: “Jo ja sé on treballo, i si una cosa no es pot posar, no la poso”, es resigna.

Com a autònoma, la Sònia va optar per convertir els seus comptes personals a les xarxes socials en el lloc on publicar les informacions que li rebutjaven els mitjans pels quals treballava, per tal que com a mínim veiessin la llum pública. Tot i això, des de la direcció del diari li van fer una advertència: “Em van trucar per avisar-me que a les meves xarxes socials personals no fos gaire bel·ligerant, perquè la meva línia personal anava en contra de la del diari”, lamenta. Com que en l’àmbit personal no volia patir la mateixa autocensura que s’havia d’aplicar a la feina, va optar per eliminar de la seva biografia el nom dels mitjans pels quals treballa, per tal que ningú l’hi pogués relacionar.

d) Conflictes d’interès: el delicat equilibri entre informació i publicitat

L’amenaça de la precarietat laboral en el principi de llibertat també es veu reflectida -en quart lloc- en la proliferació de conflictes d’interès, que es produeixen quan un periodista, en l’exercici de la seva professió, té la possibilitat d’influir o beneficiar una altra empresa amb la qual té algun vincle comercial. Aquest tipus de situacions es veuen actualment propiciades per un context de precarietat en el qual molts professionals han de treballar per a més d’una empresa per aconseguir uns ingressos que els permetin arribar a final de mes (segons les dades de l’enquesta, un 33,5% dels participants treballa per a dos o més tipus de mitjans). En alguns casos, han de combinar la feina en mitjans amb un gabinet de comunicació, circumstància que pot ser especialment conflictiva. Les respostes dels participants indiquen que un 62,84% ha sucumbit en alguna ocasió davant dels conflictes

d'interès, ja sigui de forma diària (6,34%), freqüent (20,31%) o excepcional (36,19%). Es tracta d'una qüestió que, com es veurà més endavant, preocupa especialment als experts, però que en canvi ha generat un menor volum de comentaris entre els professionals, molts dels quals asseguren no haver-s'hi trobat mai en primera persona.

I. Una fórmula per complementar els salaris

Segons explica l'Enric, de 61 anys, els conflictes d'interès entre informació i publicitat no són nous en la professió, sinó que són una pràctica estructural que es remunta a dècades enrere, quan eren fins i tot més evidents i visibles que en l'actualitat. En els inicis de la seva carrera professional, a les acaballes del franquisme, recorda que era habitual que els periodistes es dediquessin a buscar alhora informació i publicitat, de la qual s'emportaven un percentatge per tal de complementar uns sous que ja llavors eren baixos. “Fèiem una cosa que ara està molt mal vista: els que treballàvem a la ràdio exercíem també d'agents de publicitat, i teníem alguns clients dels quals cobràvem un percentatge de la publicitat que ens posaven”, exposa. Es tractava d'una pràctica llavors pública i notòria, socialment acceptada fins al punt que, segons recorda l'Enric, el director de l'emissora era alhora el seu responsable comercial: “Això sí que era perillós, perquè mentre posaves discos era una cosa, però quan feies informació era totalment incompatible: ara seria absolutament impensable, i en aquell moment ja era una mica lleig”, assenyala. Tot i això, apunta que aquest tipus de pràctiques es van portar a terme durant molt de temps “perquè et permetien arreglar els sous d'una manera o altra”. De fet, en els casos més extrems, parla directament de suborns o de periodistes treballant a dues bandes: “No és cap secret, encara que mai ningú ho ha volgut explicar, que quan va entrar el primer alcalde democràtic a la ciutat es va trobar amb una llista de periodistes que cobraven sobres”, recorda.

Quatre dècades més tard, encara hi ha periodistes que combinen la tasca informativa amb la comercial, encara que no sigui per cobrar directament una comissió de forma personal sinó per augmentar els ingressos de l'empresa. Així ho explica la Sònia, que treballa per a una agència de notícies: “El meu cap, a més de periodista, també fa de comercial. Quan va arribar es dedicava sobretot a buscar abonats que se subscrivissin al nostre servei”, assenyala. El resultat, indica, és que les empreses i institucions que estan subscrietes a

l'agència –i que, per tant, abonen uns diners mensualment- reben un tracte preferencial en la seva cobertura: “La Diputació, el Patronat de Turisme, alguns gabinets de premsa... encara que facin una merdeta, sempre ho cobrim”, reconeix. Del seu testimoni se'n desprèn, doncs, que algunes empreses i/o periodistes accedeixen a barrejar interessos econòmics i periodístics per millorar l'economia del seu mitjà, i que aquestes relacions comercials influeixen en els continguts que s'acaben publicant.

II. Les majors reticències, per part dels joves

Malgrat que continuen existint, les pràctiques que barregen interessos periodístics i comercials ja no es porten a terme d'una forma tan oberta i flagrant com l'època postfranquista que evoca l'Enric, sinó que en l'actualitat hi ha una major discreció. A més, els entrevistats més joves fins i tot es mostren cautelosos davant de treballar per dues empreses que els puguin generar un conflicte d'interès. Així ho relata l'Emma, estudiant en pràctiques de 22 anys: “Vaig entrevistar una empresa pel diari on treballa, i poc després una agència de comunicació em va oferir la possibilitat de cobrir unes jornades on ells participaven. Com que era remunerat, vaig demanar permís a la meua cap per si hi havia algun conflicte d'interès, i ella em va dir que endavant”. Per tant, malgrat que els conflictes d'interès continuen existint i probablement ho seguiran fent en els propers anys, són una pràctica cada vegada més mal vista pels professionals, fet que en el millor dels casos els pot conduir en residuals i, en el pitjor, que es continuïn portant a terme però amb una major ocultació.

e) Fer passar per informacions continguts que en realitat són patrocinats: l'auge del “branded content”

El darrer supòsit vinculat al principi de llibertat que es veu amenaçat per la precarietat és la publicació de continguts que es fan passar com a informatius, però que en realitat estan pagats per alguna empresa o institució. Es tracta del que actualment s'anomena “branded content” o “contingut patrocinat”, una evolució del publireportatge en què els mitjans intenten amagar cada vegada més el fet que, en realitat, algú ha pagat per a la publicació d'aquella informació. Aquest supòsit s'engloba dins del principi de llibertat perquè es tracta d'una altra conseqüència directa dels condicionants econòmics que afecten cada

cop més la professió, ja que la necessitat d'obtenir ingressos d'anunciants ha fet que les empreses periodístiques hagin obert la porta, de manera més o menys reticent, a aquest tipus de pràctiques. Segons les respostes dels entrevistats, aquest tipus de format és especialment freqüent en la premsa, que és el sector que compta amb una economia més debilitada tant per la crisi econòmica iniciada el 2008 com per la seva pròpia crisi de model. Aquesta percepció es correspon amb les dades obtingudes en l'enquesta, segons les quals un 52,64% dels participants afirma publicar continguts patrocinats en alguna ocasió -sigui de forma diària, freqüent o excepcional-, percentatge que creix fins al 56,32% entre els treballadors de premsa.

I. Resignació davant d'un format considerat nociu però inevitable

Amb relació al contingut patrocinat, són els participants amb trajectòries professionals més extenses els que mostren un major grau de preocupació per la freqüència d'aquesta pràctica, que critiquen per confondre deliberadament informació i publicitat i que consideren molt allunyada dels publireportatges tradicionals, que diferencien els continguts patrocinats dels informatius amb una tipografia i una maquetació específiques. L'Enric, de 61 anys i que ha exercit bona part de la seva carrera professional en un diari, creu que el disseny actual dels continguts patrocinats busca enganyar deliberadament el lector: "Ara ho fan pràcticament tots els diaris, tot i que abans era impensable. Abans, el primer que feies era posar a dalt *Publireportatge*, que es veiés, i llavors la maqueta, la tipografia, els titulars... eren totalment diferents, mentre que ara les tipografies, si no són ben bé iguals, s'assemblen molt i porten a l'engany", apunta. També en Marc, que amb 42 anys és cap d'informatius en una televisió local, lamenta que els mitjans escrits estan fent cada vegada més "trampes" per intentar que els continguts patrocinats semblin informatius: "Als diaris veiem publireportatges amb tipografies molt similars a les que s'utilitzen per a informacions, i només a dalt posa *Publireportatge* amb lletres petites. Crec que ja està calculat el percentatge de gent que no veu que allò és un publireportatge", considera.

Tot i això, a causa dels seus càrrecs de responsabilitat, els dos participants són conscients que aquest tipus de formats solen generar importants ingressos a les empreses

periodístiques, i entenen que aquestes, davant la difícil conjuntura econòmica, no estiguin disposades a renunciar-hi. Així contempla l'Enric les concessions a les empreses anunciants: "Això ho fan tots els diaris per necessitats econòmiques i perquè no hem pogut dir que no, que és el que haguéssim dit abans a una cosa com aquestes. Però és clar, en aquests moments, com pots dir que no a segons quines empreses que et suposen un tant per cent dels teus ingressos anuals?", es pregunta. Al seu costat, en Marc comparteix una visió similar: "Que en el món on vivim les relacions econòmiques existeixen, i més en els mitjans privats, ja ho tenia clar, però que quan ets cap d'informatius ho tens molt més present", admet. En el cas del "branded content", admet que en alguns casos l'ha hagut d'aplicar per ordre dels seus superiors, però assegura que sempre ho ha intentat fer de la manera més honesta possible: "Que nosaltres hem acabat fent publireportatges a l'informatiu? Sí. Però on els hem posat? Just abans de la publicitat. És la manera de respectar que l'empresa funcioni però sense enganyar als telespectadors", justifica. Els dos testimonis, per tant, consideren la proliferació del contingut patrocinat com una pràctica preocupant i nociva per al periodisme però, alhora, necessària per a mantenir la viabilitat d'alguns mitjans.

II. Una pràctica estructural gestionada pels càrrecs intermedis

Teòricament, el concepte de "branded content" implica que una empresa paga a un mitjà de comunicació perquè publiqui un determinat contingut donant-li un aspecte el màxim d'informatiu -és a dir, no publicitari- possible. A la pràctica, però, aquesta relació comercial entre empresa i mitjà no se sol quedar aquí, sinó que quan un anunciament habitual genera un contingut que considera noticable -per exemple, a través d'un comunicat o roda de premsa-, no és estrany que la direcció del mitjà doni l'ordre als redactors de cobrir aquella informació amb cura i amb un enfocament positiu, per tal de mantenir-lo satisfet. El fet que els càrrecs de responsabilitat siguin conscients dels beneficis econòmics que generen aquest tipus de continguts fa que, sovint, assumeixin el paper de corretja de transmissió entre les directrius de l'empresa i els periodistes de base, que són els que han d'acabar elaborant la informació.

Per als càrrecs intermedis - caps de redacció i caps de secció-, transmetre aquest tipus de directrius als redactors és una feina delicada, que en Marc, cap d'informatius en una televisió local, intenta de fer la manera més professional possible. “A vegades tu ja ets conscient que a un banc li fas un reportatge per una qüestió que interessa a l’empresa [...]. I aquí entra en joc la meva feina: entenent que la motivació darrera d’allò no és periodística, he d’intentar convertir-ho en un contingut el més periodístic possible”, assenyala. Malgrat admetre que aquest equilibri no sempre es pot aconseguir, afirma que, en cas que hi hagi un desacord amb la direcció de la cadena, hi ha vies per a poder-ho gestionar: “Si hi ha un dubte molt gros a nivell ètic, que dius *això no podem fer-ho de cap manera*, normalment, si plantejo la situació als meus superiors, trobem un encaix. Per exemple, si hi ha alguna empresa que és clienta nostra i es pot ofendre per algun contingut que no la deixa bé, sempre hi ha l’opció de donar-los veu i explicar les dues versions de la història”, explica.

D’aquesta manera, són els càrrecs intermedis de dins la redacció -que, com s’ha mencionat anteriorment, gaudeixen de les condicions laborals més favorables- els que assumeixen majoritàriament les pressions econòmiques i són els encarregats de traslladar aquest tipus de directrius als periodistes, que les reben d’una forma més subtil. Així ho explica l’Emma, estudiant en pràctiques de 22 anys, que és conscient que en el diari on treballa es publiquen informacions que responen a interessos econòmics, tot i que a ella ningú mai li ha dit directament, sinó que es limita a seguir les ordres de la seva cap de secció: “Un dia vaig anar a la presentació dels resultats anuals de tres bancs diferents, i la meva cap em va dir que titulés per un en concret. Per què? Perquè posen un anunci al web, per tant ens donen diners. Estic segura que això condiciona”, assenyala.

Tot i això, tant l’Emma com l’altre participant més jove -en Jordi, de 23 anys-, contempen amb una menor preocupació que els seus col·legues més veterans la proliferació del “branded content”. Segons assenyalen, en els seus respectius mitjans –un d’escrit i un de digital- la informació i el contingut patrocinat estan clarament diferenciats: “Al web del diari, tot el que és contingut patrocinat ho posa a dalt, i a part es veu molt pel tipus de notícies que són: com que som un portal especialitzat en economia, borsa, finances, etc., si de sobte veus una notícia que diu: *Així és el nou cotxe de Brad Pitt*, de

seguida ja penses que ha de ser contingut patrocinat i, efectivament, ho posa”, explica l’Emma. S’ha de tenir en compte, tanmateix, que la seva percepció correspon a la de joves universitaris que han rebut una certa educació mediàtica, fet que els pot permetre distingir fàcilment aquest tipus de continguts, cosa que pot ser més complicada per a aquelles generacions més veteranes amb un menor nivell educatiu, especialment en l’àmbit mediàtic.

5.1.3.2 Efectes sobre el principi de veritat

Darrere de la llibertat dels professionals, el segon principi que més amenaçat es veu en l’actual context de precarietat és el de veritat. Segons els resultats de l’enquesta, la publicació de titulars pensant només en l’audiència o el nombre de visites que s’aconseguiran -el popularment conegut com a “clic-bait”- i la còpia d’informacions procedents de notes de premsa, comunicats o altres mitjans sense citar-ne l’origen són les dues pràctiques vinculades a aquest principi més habituals entre els participants.

a) Tot per l’audiència: la tirania del clic

Escriure titulars per tal de cridar l’atenció dels lectors i/o espectadors no és una pràctica nova dins del món del periodisme, sinó gairebé intrínseca en un sector -especialment el privat- que viu de l’audiència, que és la que li genera publicitat i, conseqüentment, ingressos. Però ha estat el naixement de mitjans nadius digitals, així com la progressiva mudança dels mitjans tradicionals a Internet, que ha propiciat un creixement exponencial d’aquest fenomen. Pràcticament tots els entrevistats coincideixen en afirmar que el “clic bait” –titulars que busquen cridar l’atenció del lector perquè “entri” a llegir la notícia, especialment en els mitjans digitals- és una tendència que va a l’alça i que està afectant negativament a la qualitat del periodisme. Aquesta percepció coincideix amb les dades obtingudes en l’enquesta, segons les quals gairebé la meitat dels treballadors de mitjans digitals practica el “clic-bait” de forma diària o freqüent. De nou, alguns participants apunten a la necessitat de generar ingressos com la principal raó per la qual els mitjans aposten per aquests tipus de titulars, que no sempre s’ajusten al principi de veritat sinó que a vegades són deliberadament equívocs per tal de ser més atractius per al lector. Tot i això, es mostren resignats perquè es veuen incapaços de trencar aquesta dinàmica, ja

que sovint aquest tipus de continguts compten amb l'aval de les xifres d'audiència. Per tal de revertir la situació, els participants apelen a una major responsabilitat dels lectors per consumir continguts de qualitat en lloc de titulars basats en el "clic-bait".

I. Una pràctica generalitzada que desprestigia la professió

Els participants coincideixen en afirmar que els nous hàbits de consum de la informació, molt influïts per la sobreabundància i la rapidesa de la propagació de continguts a Internet, així com el creixent ús de les xarxes socials, han propiciat l'eclosió del "clic-bait". En aquest context, es detecta una preocupació generalitzada pels efectes negatius que aquesta pràctica està tenint en la qualitat de la informació, ja que els entrevistats la consideren una de les causes del desprestigi que pateix el periodisme davant la ciutadania. Els participants alerten, sobretot, que la voluntat d'escriure un titular que cridi l'atenció per ser el primer a publicar-lo i distribuir-lo per les xarxes socials ha obert la porta a la publicació de notícies que no són veraces o estan poc contrastades. L'Alba, autònoma de 34 anys, és una de les més preocupades: "Estem entrant en una roda perversa i amb una gran dependència dels clics. Avui dia, tota la publicitat depèn d'aquests clics, i clar, estem perdent el cul amb titulars de merda, enganyosos... que només busquen el clic-bait. A grans trets, ens hem oblidat de quin és l'objectiu de la nostra professió", lamenta. En Jordi, que treballa per a un mitjà digital i és un dels més preocupats per aquesta dinàmica, hi està d'acord: "Això, de periodisme, en té molt poc. Buscar només el clic al final desprestigia la professió. Abans, quan deies que eres periodista, et preniën per algú intel·ligent, i ara és al contrari", considera.

Per a en Guillem, editor d'informatius de 43 anys, el problema no són només les dinàmiques que es produeixen a les xarxes socials, sinó el fet que s'hi estiguin sumant mitjans de comunicació considerats de prestigi. "Em preocupa que un dels diaris més importants del país publiqui segons què perquè també necessita clics", lamenta, tot advertint que això passa cada vegada més sovint. Per això, critica que els mitjans tradicionals s'estiguin deixant endur per les dinàmiques de les xarxes socials i renunciïn a les seves rutines professionals, garantia de qualitat informativa: "Les xarxes socials han afegit soroll i hi ha coses que es fan passar per informació però que no ho són, perquè no

estan fetes amb criteris professionals i per tant hi ha molt d'intrusisme. I el problema és que moltes vegades ens hem vist abocats, tots plegats, a reaccionar elaborant informacions d'acord amb aquest soroll ambiental [...]”, assenyala, tot considerant que “quan ens hem fet més mal ha estat quan no hem estat fidels a la nostra manera de fer, i quan hem volgut contestar aquest intrusisme i aquest soroll amb el mateix to”. Per tot plegat, creu que el clic-bait pot acabar essent contraproduent per a la supervivència de la professió: “Si per atraure un lector digital al final l'acabes decebent perquè no li dones el contingut promès en el titular, jo crec que hi acaba havent un problema de base”, constata.

II. Resignació davant les urgències econòmiques

Malgrat la preocupació generalitzada entorn de la pràctica del “clic-bait”, amb la qual els participants es mostren molt crítics des d'un punt de vista estrictament professional, es detecta també un cert sentiment de resignació perquè els entrevistats són conscients que l'audiència d'un mitjà -privat- és el que determina el preu de la publicitat, de manera que un augment del nombre de lectors i/o espectadors es pot traduir en un increment dels ingressos. Igual que s'ha observat en anteriors supòsits, com el contingut patrocinat, els càrrecs de responsabilitat -caps de secció i caps de redacció- són els que mostren una actitud més laxa respecte a la pràctica del “clic bait”, ja que prioritzen la necessitat de garantir la viabilitat de l'empresa, mentre que entre els redactors de base hi ha la percepció que no es poden oposar a aquest tipus de directrius si volen conservar la feina. Hi ha, per tant, un sentiment transversal de resignació davant la proliferació d'aquesta pràctica.

En Marc, cap d'informatius d'una televisió local, considera que el “clic-bait” es pot justificar si respon a la demanda de la ciutadania i serveix per garantir la viabilitat del mitjà: “Al final, es tracta una mica de què vol la gent. Hi ha portals que són punters en política nacional i que són els primers a afegir-se a històries com *De quin color és aquest vestit?* o *Mira quants “m'agrada” ha tingut una cantant americana a Instagram*. Perquè és clar, necessiten tenir visites per poder vendre als seus anunciants que tenen tants centenars de milers de lectors. Al final és una empresa, i en part ho entenc”, assenyala. Opinions com la seva corroboren els resultats de l'enquesta, on s'observa que, després dels ajudants de redacció (83,33%), els percentatges més elevats d'aquesta pràctica es

troben entre els directores (80%) i els caps de redacció (78,53%). Així doncs, igual que succeeix amb el contingut patrocinat, el “clic-bait” es pot considerar una pràctica estructural que es transmet a través d’ordres internes dins les redaccions, amb els càrrecs intermedis fent de corretja de transmissió entre els interessos de l’empresa i els redactors.

Els redactors de base, per la seva banda, es mostren resignats de veure que en moltes ocasions els titulars basats en el “clic-bait” reben més visites de lectors que no pas aquells continguts amb un major grau de profunditat i elaboració. Per tant, tot i lamentar-ho, assumeixen que aquest tipus de publicacions s’han convertit en una font d’ingressos per al mitjà, de manera que veuen molt difícil oposar-s’hi. Així ho explica en Jordi, redactor d’un mitjà digital: “Ara el Barça vol fer dos fitxatges. Jo m’ho vaig treballar molt i vaig fer una anàlisi en profunditat sobre com juguen, que va tenir 40 visites. En canvi, una notícia d’un jugador que parla de presos polítics i llaços grocs en pot tenir 5.000 [...]. Al final, per sobreviure, i perquè jo pugui fer una bona anàlisi sobre nous fitxatges, n’haig de fer una de presos polítics de tant en tant, perquè és el que clica la gent”, assenyala. Però malgrat aquest sentiment de resignació, els participants consideren que la principal responsabilitat del “clic-bait” no ha de recaure sobre el periodista que escriu el titular, sinó en la direcció del mitjà, que és qui estableix unes directrius a favor d’aquest tipus de continguts. Així ho veu el mateix Jordi: “Al final, el redactor és només un empleat a qui li fan fer temes de clic-bait o peces periodístiques que no són tals. Però la culpa no és d’ell, sinó de qui mana i que li diu que li ha de fer”, considera. La Sònia, autònoma, hi està d’acord: “Al diari cada cop busquen més temes que generin clics, fins i tot hi ha hagut un canvi en les instruccions, i jo hauré de fer els temes que em diguin”, assenyala. Una vegada més, però, la retirada de la signatura torna a ser l’element clau que utilitzen els entrevistats per no responsabilitzar-se d’aquest tipus d’informacions: “Si haig de fer una peça d’aquestes, poso un titular de clic-bait i com si no anés amb mi”, assenyala en Jordi, que afegeix: “En canvi, si es tracta d’una cosa que he fet jo, signada, que m’he treballat, ho faig bé i com a mi em sembla”.

III. Els mitjans públics i els internacionals, més lliures de “clics”

Tot i admetre l'existència generalitzada de la pràctica del “clic-bait”, els dos participants que treballen en mitjans públics i el que ho fa per a empreses internacionals són els únics que manifesten no sentir-se pressionats per publicar aquest tipus de titulars. Les seves opinions coincideixen amb les dades obtingudes en l'enquesta, que mostren que la pràctica diària o freqüent del “clic-bait” és molt més habitual en els mitjans privats (41,57%) que en els públics (22,82%). Amb relació als mitjans internacionals, les dades també indiquen que el seu percentatge de pràctica diària o freqüent (22%) és considerablement inferior al dels mitjans espanyols (39,52%) i locals (38,54%).

Tal com s'ha observat prèviament, els entrevistats que treballen per a mitjans públics es mostren menys preocupats pels condicionants econòmics que els treballadors d'empreses privades. Per tant, la Irene, empleada de l'emissora de ràdio pública estatal, i en Guillem, treballador de la televisió pública catalana, afirmen que es poden mantenir al marge de les lluites per l'audiència i els clics, ja que els seus mitjans no depenen de la publicitat sinó majoritàriament del finançament governamental. Aquestes circumstàncies, diuen, els permet mantenir la seva funció de servei públic sense haver de preocupar-se per l'audiència: “Òbviament, si no ens mira ningú, deixem de tenir sentit [...]. No podem fer un producte que no miri ningú, però l'audiència no és la principal motivació. La principal motivació és fer una informació de rigor i servei públic, plural i contrastada”, assenyala en Guillem. La Irene mostra una visió molt similar: “A tothom l'interessa saber quin seguiment té allò que fa, però no tenim la tirania d'arribar a tal o qual xifra. Tu fas el que creus que has de fer, que són continguts de ràdio pública i que moltes vegades no fan la resta d'emissores”, considera.

També l'Òscar, que treballa com a autònom per a diversos mitjans internacionals, afirma que les empreses per a les quals treballa no li exigeixen estar pendent de l'audiència ni del nombre de clics, sinó que posen en valor la qualitat de la informació: “No tinc cap tipus de pressió pels clics. A les agències per a les quals treballo els interessa una peça, per exemple, per si té imatges exclusives o està ben feta”, afirma, i confirma: “La dictadura del clic, a mi, no m'afecta”. Aquest testimoni permet observar, una vegada més,

com els mitjans estrangers s'escapen d'una dinàmica negativa propiciada per la crisi econòmica que en canvi es troba cada cop més arrelada en els sistemes mediàtics català i espanyol.

IV. Reivindicació d'una major educació mediàtica

Conscients que el “clic-bait” s'ha convertit en un sistema per atraure audiència i, per tant, de generar ingressos per a les empreses, els entrevistats apelen a una major responsabilitat de la ciutadania a l'hora d'escollir les informacions que consumeixen i reivindiquen una major educació mediàtica per tal de dotar la societat d'un millor criteri a l'hora de seleccionar continguts. Un dels que més defensa aquesta idea és en Jordi, treballador d'un mitjà digital: “Es critica molt els mitjans, però també penso que la gent s'ho hauria de fer mirar: a vegades tenen on triar i se'n van directes a la merda [...]. Si tu ets un lector i vols trobar coses que estan bé, crec que n'hi ha, però desapareixen més ràpidament de les xarxes perquè no les clica tanta gent”, lamenta. Per això, atribueix al públic un paper clau perquè els mitjans tornin a apostar per continguts de qualitat: “Hi ha seccions del meu mitjà que viuen del clic-bait, i això em toca els nassos, perquè tu et treballes molt una cosa i després venen aquests i són els que tenen més clics del diari. La gent també hauria de fer una mica d'autocrítica amb el que llegeix”, sentència.

Per tal de revertir aquesta situació, alguns participants mencionen la necessitat d'oferir una millor educació mediàtica a la ciutadania perquè els lectors del present i del futur aprenguin a distingir les informacions de qualitat de les que només busquen visites. La Laia, treballadora d'un gabinet de comunicació, n'és una de les defensores: “S'ha de fer una feina des de la base, des de les escoles i amb la ciutadania, per tal de poder destriar la informació. A través de les xarxes t'arriben un piló d'impactes que moltes vegades són desinformacions i falsos rumors”, adverteix. Tot i això, es detecta un estat d'ànim desigual entre els participants amb relació a la possibilitat d'aconseguir-ho. En Guillem, editor d'informatius d'una televisió pública, creu que la ciutadania és cada cop més conscient de la necessitat de no propagar determinat tipus de continguts: “Internet permet que hi hagi una sèrie de mitjans que visquin o malvisquin venent tonteries i que això circuli molt per les xarxes, però la gent ja comença a veure que per Whatsapp no es pot

enviar qualsevol cosa”, afirma. En canvi, l’Òscar, autònom, és molt més pessimista i creu que ja és massa tard per frenar la propagació del “clic-bait”, ja que la gent hi està molt acostumada: “La situació és irreversible, perquè la gent s’està tornant més impacient: només busca llegir el titular, subtítol, primer paràgraf i fora”. Des del seu punt de vista, això dona peu a “devaluar la feina buscant un titular de fàcil assimilació, que cridi l’atenció, un periodisme de consum ràpid en el qual mai entres en profunditat a la notícia”.

b) Plagi: el risc de copiar informacions sense contrastar

La proliferació de gabinets de comunicació, agències de notícies i mitjans de comunicació que publiquen gratuïtament i en obert les seves notícies a Internet ha fet que actualment sigui més fàcil que mai copiar literalment informacions que no són de producció pròpia, en alguns casos sense citar la font d’origen. Segons els resultats de l’enquesta, un 53,97% dels participants afirmen dur a terme aquesta pràctica, ja sigui de forma diària (10,63%), freqüent (18,61%) o excepcional (24,73%). Els entrevistats es mostren preocupats per aquesta dinàmica, que en bona part atribueixen a la falta de personal i a la necessitat d’alimentar el flux d’informació durant les 24 hores del dia, i alerten del doble risc que això suposa: d’una banda, perquè s’està produint una uniformització de continguts, i de l’altra, perquè que la còpia d’informacions de tercers sense saber si han estat contrastades pot conduir a la propagació de notícies falses.

I. La falta de personal, un factor clau

Entre els entrevistats hi ha la percepció que el plagi s’ha convertit en una pràctica habitual en la pràctica del periodisme, tot i que cap d’ells admet fer-ho de forma habitual sinó que en responsabilitza altres col·legues. Un dels que es mostra més molest és en Jordi, que treballa per a un mitjà digital i explica que la còpia d’informacions sense citar és habitual en el seu sector: “Hi ha un mitjà on el noi d’esports replica, literalment, tot el que fem nosaltres. On queda l’ètica periodística, el fet de buscar els teus propis temes, fer les coses a la teva manera...?”, es pregunta, tot afegint que també hi ha pàgines web “que copien literalment d’agències”. En aquest context, els participants mencionen, majoritàriament, la falta de personal com el principal factor que explica la tendència dels mitjans a oferir continguts copiats en perjudici de la producció d’informacions originals.

Enrere queden els temps que l'Enric, de 61 anys, va viure en els inicis de la seva carrera, en què pràcticament no hi havia gabinets de comunicació ni agències de notícies i els periodistes estaven obligats a buscar-se la vida per trobar informació: “En aquells moments no hi havia portaveus, ni notes de premsa ni res de tot això, i l'única manera d'assabentar-te de les coses era coneixent les fonts de primera mà”, recorda. Ell mateix, però, adverteix que els acomiadaments que s'han viscut en els darrers anys en el sector han fet que cada cop quedi menys personal a les redaccions per buscar i treballar d'històries originals, de manera que els que queden estan abocats al *copia i enganxa*: “Abans jo tenia persones a qui podia destinar quinze dies a fer un tema, i en quin diari passa això, ara? Passa molt poc”, explica. A més, adverteix que a la falta de personal s'hi afegeix, com s'ha vist prèviament, unes rutines professionals cada cop més precàries, que deixen als professionals menys temps per elaborar els seus continguts i els obliguen a treballar cada cop més ràpid. “No preguntem, pel que sigui: perquè anem molt de bòlit, perquè tenim molta feina, perquè no convé al nostre mitjà...”, adverteix, constatant així els efectes nocius que aquest tipus de rutines acaben tenint en la pluralitat de la informació.

II. Uniformització de continguts i propagació de notícies falses

Constatada, doncs, l'existència del plagi, els entrevistats alerten que aquesta pràctica té dues conseqüències especialment negatives per a la professió: una progressiva uniformització dels continguts dels mitjans i el risc de propagació de notícies falses. En aquest sentit, subratllen que la manca de personal obliga els professionals a copiar i reproduir informacions sense contrastar-les, a vegades sense ni tan sols citar-ne l'origen, de manera molts s'acaben fent ressò dels mateixos comunicats de premsa i teletips d'agència com si fossin d'elaboració pròpia i l'agenda mediàtica tendeix a la uniformització. “Tu veus els informatius i tots són iguals. Tothom parla del mateix, perquè tothom ha anat a la mateixa roda de premsa i ha agafat el mateix tall de veu. És una mica trist”, considera la Irene.

Per a l'Enric, la proliferació de gabinets de comunicació i agències de notícies ha fet que els periodistes s'hagin “acomodat”, de manera que s'han acostumat a rebre les

informacions asseguts a la cadira sense haver de sortir a buscar-les i només han de seleccionar, copiar i enganxar: “Hem passat d’haver de sortir al carrer a buscar informació, perquè si no no teníem res, a quedar-nos a la redacció a triar entre totes les coses que t’envien. Això ha portat a fenòmens com el retalla i enganxa, que han fet molt mala a la professió”, assenyala. Aquest fet, indica, ha afectat negativament als continguts dels mitjans, ja que en moltes ocasions es publica tot sense una reflexió i un filtratge previs: “Jo crec que ara es fa pitjor informació de la que es feia abans, hi ha menys voluntat d’obtenir exclusives i en part és degut al fet que t’atabalen amb tantes rodes de premsa, comunicats... et donen un excés d’informació amb la voluntat que, com que tens tanta feina en triar el que t’arriba, no et puguis dedicar a pensar en què acabes publicant”, considera.

Juntament amb la uniformització de continguts, un altre risc de la còpia de comunicats i teletips és que molts d’ells s’acaben publicant directament sense posar en dubte la font ni contrastar-los, de manera que els mitjans corren el risc de propagar notícies falses. “No comprovem el que ens diuen, per tant, ens poden colar qualsevol història [...]. Tot el que t’envien t’ho agafes com a cert i es publica com a veritat, i no sempre ho és”, lamenta l’Enric. La Sònia hi està d’acord i explica que ella mateixa ho ha pogut observar en primera persona: “Hi ha periodistes que no van als llocs i que agafen informacions d’altres periodistes. Jo he hagut d’enviar missatges privats a col·legues per dir-los: *Això que estàs dient és absolutament fals*, perquè s’ho han copiat d’algú altre i ho agafen com a bo”, lamenta.

III. Els autònoms, obligats a oferir un “extra” de qualitat

El col·lectiu que més pot escapar-se de la dinàmica de copiar informacions -o més aviat, es veu obligat a desmarcar-se’n- són els autònoms. Segons les dades de l’enquesta, el percentatge d’aquests treballadors que afirma copiar informacions sense citar de forma diària o freqüent (34,67%) és inferior al dels participants que tenen un contracte, ja sigui a temps complet (amb un 38,86% de respostes afirmatives) o parcial (41,38%). De les respostes a les entrevistes qualitatives se’n desprèn que la raó està molt relacionada amb la situació laboral en què es troben: el fet de no tenir un sou fix sinó que el mitjà els pagui

per peça publicada els obliga a oferir un contingut amb un “extra” d’originalitat i qualitat, per tal de convèncer els responsables dels mitjans que val la pena pagar per aquella informació i no copiar-la d’una agència o d’un comunicat. Qui millor ho explica és l’Alba, autònoma que treballa per a un diari d’abast català: “Si no tinc una informació diferent a oferir, que sigui pròpia o exclusiva, el meu diari ja ho agafa d’una agència de notícies. Si m’he de limitar a copiar el que diu l’agència, ja ho fan ells i així no es gasten diners extres. Per tant, això a vegades et fa anar com una desesperada buscant temes diferents, per intentar que et comprin a tu la peça i no ho agafin d’agències”. En aquest cas, doncs, la inestabilitat que experimenten els autònoms els acaba obligant, paradoxalment, a oferir un producte de major qualitat.

Pel que fa als treballadors contractats, també afirmen que la seva prioritat és la producció d’informacions originals i elaborades amb fonts de primera mà, tot i que admeten que en algunes ocasions es veuen obligats a copiar informacions que els han arribat a través de comunicats de premsa o agències de notícies, o que han llegit en algun altre mitjà. En aquests casos, però, els redactors estan disposats a citar la font original: “Per exemple, si un altre diari treu que el Barça vol fitxar algú, llavors tu també ho publiques, però els cites i fas la teva pròpia peça”, assenyala en Jordi, de 23 anys. El mateix apunta l’Emma, de 22 anys i estudiant en pràctiques en un diari: “Generalment no fem gaire copia i enganxa, a no ser que sigui una nota de premsa que ens ha enviat una empresa i que consideris que està prou bé [...]. En altres casos fem una mica de refregit d’informacions que ens arriben, però sempre citant la procedència”. Tot i això, la Sònia, autònoma de 47 anys, adverteix que les empreses no sempre són partidàries de citar la procedència d’algunes informacions, especialment si s’han copiat d’un altre mitjà. De fet, denuncia que ella mateixa en alguna ocasió s’ha trobat amb problemes perquè els seus superiors han eliminat les cites dels seus textos: “Als inicis de la meva carrera, quan agafava un tema d’un altre mitjà sempre posava *Segons declaracions a tal lloc*, però moltes vegades, quan el tema arribava als meus caps, treien al citat. I clar, el problema després me’l posaven a mi, perquè em van acusar de copiar”, lamenta. Per tant, una vegada més, s’observa que els participants defensen la seva voluntat d’actuar de forma ètica i atribueixen la responsabilitat d’aquest tipus d’actuacions a les direccions dels mitjans.

5.1.3.3 Efectes sobre el principi de justícia

Amb relació als supòsits vinculats al principi de justícia, l'enquesta indica que la dificultat més habitual amb què es troben els professionals consisteix en no poder oferir més d'una versió dels fets, circumstància que majoritàriament atribueixen a la falta de temps i a la necessitat d'immediatesa en unes redaccions que cada cop compten amb menys personal. Un 63,73% dels participants admet haver hagut de publicar una sola versió dels fets, malgrat que la major part (un 44,26%) diu que només ho fa en casos excepcionals, davant d'un 3,12% que afirma fer-ho cada dia i un 16,26% de forma freqüent. Aquesta pràctica pot tenir conseqüències negatives ja no només en la veracitat dels continguts publicats, ja que potser no estan prou ben contrastats, sinó també en la seva pluralitat, ja que no totes les fonts tenen la mateixa capacitat d'accedir als mitjans de comunicació.

a) Dificultats per oferir més d'una versió dels fets

Entre els participants hi ha una consciència generalitzada de la necessitat de contrastar les informacions i d'oferir més d'una versió dels fets per al de garantir continguts verços, plurals i contrastats, tal com manen els principis de la professió. Tot i això, alguns d'ells atribueixen a una manca de temps i a una excessiva càrrega laboral la impossibilitat d'oferir diverses versions d'un mateix fet i garantir la pluralitat de fonts que seria desitjable, de manera que, segons denuncien, cada cop existeix menys periodisme d'investigació. Els treballadors de mitjans públics, tanmateix, s'escapen una mica d'aquesta tendència i afirmen sentir la responsabilitat de donar veu a totes les opcions polítiques.

I. Manca de temps i excessiva càrrega laboral

D'entrada, la majoria de participants afirmen que en la seva pràctica habitual de la professió intenten consultar el màxim nombre de fonts possible, tant per assegurar-se que publiquen informació veraç com per garantir la pluralitat del mitjà. Tanmateix, tal com s'ha apuntat anteriorment, admeten que l'excés de feina derivat d'unes plantilles cada cop més reduïdes s'ha convertit en un condicionant important, ja que cada vegada tenen menys temps per consultar diverses fonts i oferir més d'una versió dels fets, circumstància

que pot reduir el grau de pluralitat que ofereix el mitjà. Preguntada sobre si procura donar sempre més d'una versió dels fets, l'Alba, autònoma de 34 anys, respon: “Tu ho intentes fer, hi intentes arribar... però clar, al final som persones humanes, no som superherois i no podem fer miracles. Ho intentes, però no sempre pots i al final la qualitat se'n ressent un munt”. Des del seu punt de vista, un altre problema és que la necessitat de produir sense pausa fa que els professionals s'hagin *tancat* cada vegada més dins de les redaccions, de manera que han perdut el contacte directe amb les fonts: “Abans, el periodista estava sempre al carrer, que és el seu lloc natural, on hauria d'estar. En certa manera, els periodistes hauríem de perdre més el temps. És passejant pel carrer, fent cafès amb la gent, parant-te a badar davant d'alguna cosa... quan trobes temes”, reflexiona.

L'Emma, estudiant en pràctiques en un diari, distingeix entre el periodisme *a foc lent* – que, segons explica, són “reportatges en profunditat, en què tinc temps de parlar amb totes les fonts que considero necessàries” – de la voràgine del dia a dia, en què les notícies s'elaboren de forma molt més ràpida i a vegades amb una única font: “Acostumo a fer-les enganxada a la pantalla, escoltant el Parlament i a veure què diuen, o bé agafant notes de premsa i mirant què han dit les agències o els altres mitjans”, admet. També la Irene, que treballa a la ràdio pública, distingeix entre el periodisme del dia a dia d'aquell que té més profunditat, i que cada vegada és més complicat d'exercir, perquè no és la prioritat de les empreses: “Tinc companys d'informatius que fan reportatges, però els fan a estones perdudes, perquè primer han de cobrir la roda de premsa de diària. Potser hi ha mitjans que encara ho poden fer, de dedicar un periodista durant quinze dies o un mes a fer un sol tema, i amb el resultat no hi ha color”, afirma.

En el context de precarietat actual, doncs, el periodisme en profunditat o *a foc lent* que menciona l'Emma és cada cop menys freqüent, ja que, tal com apunta l'Enric, no hi ha prou personal per fer-ho: “Ara, pensar en la possibilitat de dedicar tres o quatre persones a un sol tema durant tres dies és molt complicat, perquè els diaris no tenen aquesta gent”. Això fa que, tal com s'ha constatat anteriorment, els mitjans tinguin cada cop menys capacitat per a fer periodisme d'investigació, que requereix moltes fonts i, com a conseqüència, temps per a dedicar-li: “Si tinguéssim més periodistes i cada periodista tingués temps per poder treballar, les informacions sortirien millor i podríem fer una cosa

de la qual es parla molt i no existeix gaire, que és el periodisme d'investigació", assenyala l'Enric. L'Alba hi està d'acord: "El periodisme d'investigació pràcticament ha desaparegut, perquè no tens temps", sentència.

II. Un nou factor de risc per a la propagació de notícies falses

Igual que succeeix amb la còpia d'informacions sense citar, els entrevistats consideren que oferir només una versió dels fets és un altre factor de risc per a la propagació d'informacions imprecises o directament falses. Per això, lamenten que la precarietat que afecta les seves rutines professionals -com s'ha vist, l'excés de feina i la necessitat d'estar publicant nous continguts de forma gairebé contínua- pugui contribuir a la desinformació. "El tema de les notícies falses sorgeix, en part, perquè ara es valora molt més la immediatesa que no pas el rigor que es valorava temps enrere", alerta la Laia. Per això, aquesta participant critica que els mitjans competeixin entre si per ser els primers a publicar una informació encara que això suposi de fer-ho de forma superficial i no contrastada: "Moltes vegades, davant d'una informació, en lloc de contextualitzar-la i documentar-nos, ens limitem a oferir un titular o a una imatge impactant, fet que al mateix temps genera desinformació, perquè només són impactes", reflexiona. També en Jordi, treballador d'un mitjà digital, alerta que la lluita aferrissada per l'audiència condueix determinats mitjans a publicar informacions que no són certes: "Hi ha llocs on directament es menteix, i si no és una mentida com a tal, potser és una veritat a mitges", adverteix.

Conscients que la proliferació de notícies falses és un fenomen que va en contra de la professió, ja que contribueix a reduir encara més la confiança de la ciutadania, els participants destaquen la necessitat de comptar amb fonts fiables per tal de conservar la credibilitat. Així ho veu en Marc, cap d'informatius en una televisió local: "Intentes creure't les fonts que et donen prou credibilitat, malgrat que mai tens la garantia que la informació que et donen sigui verídica al 100%", assenyala. En aquest sentit, alerta que moltes fonts són interessades i intenten "colar gols" –és a dir, aconseguir que els mitjans publiquin allò que elles desitgen, sigui veritat o no-, i per tant apunta que cal anar "molt en compte" i comptar amb fonts diverses "perquè facin de contrapès". Per la seva banda,

l'Emma, estudiant en pràctiques, afirma que, sempre que pot, fa un esforç per comptar amb el màxim nombre de fonts possible: “Per mi, la clau és tenir la ment molt oberta i intentar consultar totes les bandes d'un conflicte per fer un periodisme honest”, explica. D'aquestes dues reflexions se'n desprèn, doncs, que malgrat que la precarietat ha obert la porta a la publicació d'informacions amb una sola font i/o no contrastades, entre els professionals hi ha la percepció -i la voluntat- de contrastar les informacions amb diverses fonts fiables, encara que, com s'ha vist, a la pràctica això no sempre acabi essent possible.

III. Els mitjans públics, més obligats a garantir la pluralitat

Com s'ha vist anteriorment, els treballadors de mitjans públics són els que es mostren més conscients de l'existència de mecanismes de regulació i rendiment de comptes. Per això, amb relació a la consulta de diverses fonts per tal de garantir la pluralitat informativa, consideren que no ha de ser una recomanació ni un exercici de bones pràctiques, sinó una obligació. En Guillem, editor d'informatius de la televisió pública catalana, ho té molt clar: “Tots tenim peatges, però el nostre peatge, que em sembla que és assumible i obligatori, és que al nostre informatiu hi ha de sortir tothom”, explica. També la Irene, treballadora de la ràdio pública espanyola, manifesta fer esforços per mantenir la pluralitat informativa: “Quan faig temes de drets humans, inevitablement sempre tiro cap a entrevistats de cert tipus: defensors dels drets humans, ONGs... però llavors m'aturo i penso que també he de donar veu a *l'altra banda*, a les institucions, i els truco. A vegades venen i a vegades no, però bé, penses que tu ja ho has fet”, explica.

Tot i això, en Guillem lamenta que els mitjans privats tinguin un menor grau d'exigència en aquest àmbit. En la seva opinió, les empreses privades, igual que les públiques, haurien d'estar subjectes a unes directrius legals que les obliguessin a garantir una certa pluralitat informativa, ja que actualment, critica, els mitjans privats tenen impunitat per promoure les fonts que són afins a la seva línia editorial i silenciar les que no ho són: “Els mitjans privats fan el que els dona la gana i sovint es passen de frenada donant sobrerrepresentació mediàtica que a vegades promouen el discurs de l'odi [...]. Als mitjans públics ens posen unes cotilles que a vegades semblen impossibles d'assumir, i en canvi als privats *àmplia és Castella*”, es queixa.

5.1.3.4 Efectes sobre el principi de responsabilitat

Els resultats de l'enquesta mostren que el principi de responsabilitat és el menys perjudicat per l'actual context de precarietat, ja que cap dels supòsits vinculats a aquest principi -respecte del dret a la intimitat i a la pròpia imatge, invasió de l'esfera íntima d'una persona per aconseguir informació i publicació d'informacions sense tenir en compte quines poden ser les conseqüències per a un determinat col·lectiu social- compten amb un percentatge superior al 50% de respostes afirmatives. D'aquestes dades se'n pot extreure, doncs, que es tracta d'actituds ètiques que els participants poden mantenir malgrat la precarietat laboral que els envolta i que per tant no suposen conflictes rellevants en la pràctica del periodisme. Tanmateix, gairebé tots els professionals que han participat en les entrevistes en profunditat mencionen el respecte a la privacitat com un dels principals reptes ètics amb els quals s'han trobat al llarg de la seva carrera, de manera que s'ha considerat adient incloure les seves reflexions amb relació a aquesta qüestió.

a) El respecte a la privacitat

El respecte a la privacitat dels protagonistes de les informacions -sobretot si són víctimes de crims, desastres naturals o accidents- és una qüestió que preocupa especialment als participants en les entrevistes qualitatives, ja que en molts casos, quan se'ls ha preguntat quin és el dilema ètic amb el qual s'han trobat més freqüentment al llarg de la seva carrera, ha sorgit aquesta qüestió, amb independència de quines siguin les seves condicions laborals. Moltes de les respostes assenyalen que la privacitat és una línia vermella que els participants no volen creuar, ja que sovint senten empatia per les víctimes i/o familiars i això els crea un malestar de caràcter personal. Es tracta d'una percepció que enllaça amb la moral individual que, com s'ha observat, guia a la majoria d'entrevistats, de manera que aquesta implicació de caràcter personal pot explicar per què les ràtios d'invasió de la intimitat observades en l'enquesta són tan baixes. Així doncs, la majoria dels entrevistats asseguren que, tot i que en algunes ocasions els mitjans pels quals treballen els pressionen per aconseguir detalls morboses (declaracions de familiars de les víctimes, imatges...), ells intenten evitar-ho tant com els és possible.

I. Una qüestió més personal que legal

Igual que succeeix amb el concepte d'ètica, la idea de privacitat que tenen els entrevistats es troba estretament relacionada amb els seus valors i judicis més íntims. Això fa que malgrat l'existència de la Llei Orgànica 1/1982 de protecció civil al dret a l'honor, la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge, així com les referències a aquesta qüestió que fan diferents codis deontològics, la directriu que més segueixen els participants sigui de caràcter personal, fet que pot produir una disparitat de criteris: "Si hi ha una foto d'un nen mort en un pou, potser algú la publicarà i potser algú altre no, potser algú pensarà que és ètic fer-ho i algú altre no", valora en Jordi, de 23 anys i treballador d'un mitjà digital.

Els límits del respecte a la privacitat, doncs, són un debat constantment obert dins la professió. Un dels que més hi ha reflexionat és en Guillem, de 43 anys i editor d'informatius d'una televisió pública: "Quan hi ha un atemptat, sempre ens preguntem què hem d'ensenyar i què no. A la secció d'Internacional hi ha la tendència de dir: *que es vegi tot, que la gent se n'assebenti*, però d'altra banda hi ha equips d'edició que et diuen: *tampoc es tracta d'amargar-li el dinar a la gent, i pots explicar la mateixa història sense necessitat de ser tan explícit [...]*. A vegades, ser massa explícit desvirtua i acaba banalitzant la informació". Les seves paraules reforcen la percepció, ja observada en anteriors supòsits, que aquest tipus de discussions es produeixen més sovint en els mitjans públics que en els privats, ja que es tracta de l'únic que participant que les menciona: "Són discussions que, almenys a la meua televisió, hi són, estan vives i són permanents, perquè no tenen solució: dependrà sempre de cada plànol i de cada notícia", conclou.

II. L'empatia, el factor clau

L'empatia és el factor clau que guia els participants a l'hora d'elaborar les informacions relacionades amb els successos en els quals hi ha víctimes, sobretot si són mortals. Segons indica la majoria, es tracta d'una situació que té un impacte emocional -i per tant, de caràcter personal- sobre els professionals, que sovint prefereixen mantenir una certa distància i renunciar a fer preguntes massa directes o compromeses a les famílies de les víctimes per evitar incomodar-les, encara que això suposi aconseguir menys informació. Un dels que es va trobar en una situació d'aquestes característiques, quan treballava com

a redactor d'un diari, va ser en Marc: "Recordo que em va tocar cobrir la mort d'un nadó [...]. Va entrar el pare de la criatura morta allà on jo estava, i no vaig gosar preguntar res, perquè sempre he pensat que abans que periodistes som persones. Potser no vaig fer bé la meva feina, però vaig considerar que a algú a qui se li ha mort un fill, sigui per les circumstàncies que sigui, no l'has de molestar". També la Sònia, que treballa com a autònoma, es va trobar en unes circumstàncies similars i va optar per respectar la intimitat de la família: "Quan van matar el jutge [José María] Lidón²⁹, em van dir: *Vés a parlar amb la seva germana, a veure què diu*. I jo vaig respondre: *No ho penso fer. No m'hi veig amb cor*", relata.

Per tant, l'empatia personal que senten els participants cap a les víctimes i els seus familiars es converteix en el principal factor que els encoratja a respectar-ne la privacitat. La Laia, que en els seus inicis professionals havia treballat com a redactora a la secció de successos d'un diari, ho recorda així: "Hi havia casos que em tocaven molt, hi empatitzava molt i això em generava dubtes de fins a quin punt actuava amb ètica: trobava que a vegades anàvem a gratar massa els baixos fons". També l'Òscar, que al llarg de la seva carrera ha hagut de cobrir nombrosos successos, especialment accidents de trànsit, té molt present l'ètica a l'hora de fer-ne la cobertura: "Intento ser èticament irreprotxable, i tot el que sigui morbós intento no filmar-ho, o com a mínim no atansar-me en un primer pla", explica. S'observa, doncs, com en aquestes circumstàncies és l'ètica personal la que guia als participants, sense necessitat de consultar codis deontològics i/o llibres d'estil i independentment de quines siguin les seves condicions laborals.

III. La doble pressió de les empreses i de la competència

Tot i mostrar una clara voluntat personal de ser respectuosos amb la intimitat de les víctimes de successos i les seves famílies, els participants reconeixen que en alguns casos les direccions dels mitjans pressionen els seus treballadors per aconseguir informacions que puguin enviar l'esfera privada de les persones. En aquests casos, alerten que els professionals pateixen una doble pressió a l'hora de cobrir informacions d'aquest tipus: per una banda, les exigències de les empreses, que a vegades els demanen publicar detalls

²⁹ Jutge assassinat per la banda terrorista ETA l'any 2001

morbosos o sensacionalistes amb l'argument que ho demana l'audiència; i per l'altra, la pressió de la competència, ja que si un altre mitjà publica determinades informacions als periodistes els costa més justificar davant dels seus superiors la necessitat de preservar la intimitat dels afectats.

Un dels col·lectius que es veu més pressionat en aquest sentit és el dels autònoms. Com s'ha mencionat, un aspecte positiu de la seva feina és l'alt grau de llibertat del qual gaudeixen, que els permet elaborar continguts més originals; però alhora, la necessitat de rendibilitzar-los els pot obligar, en el cas dels successos, a endinsar-se en la intimitat de les víctimes per tal d'aconseguir informacions exclusives per les quals els mitjans estiguin disposats a pagar. Així ho expressa l'Alba, autònoma: “A vegades has de fer coses que no et venen de gust perquè, si no ho fas, no tens informació, i has d'aconseguir detalls que no tinguin la resta perquè sinó no t'ho compren”. Tot i això, admet que aquesta circumstància li genera un malestar intern: “Quan passa una desgràcia, sembla que les víctimes perdin tot el seu dret a la intimitat i a la privacitat. I llavors, de cop, tots ens convertim en aus carronyaires intentar arribar fins a la víctima per arreplegar-ne tot el que puguem per poder menjar”, descriu, gràficament. En altres casos, explica que s'ha vist obligada a publicar detalls que considera innecessaris per tal d'omplir el nombre de caràcters que li han encarregat els seus superiors, ja que els seus ingressos estan directament relacionats amb la longitud de l'article: “A vegades has de donar detalls per omplir. Quan ha passat alguna cosa molt bèstia, et diuen: *el diari li ha de dedicar tota una pàgina*, però és clar, resulta que a vegades no tens informació per omplir tota una pàgina, i amb 1.500 caràcters ja has dit tot el que consideres que s'ha d'explicar... però clar, com que ho has d'omplir, t'has d'espavilar com puguis, i entres en una espiral de perversió”, reconeix. En aquest cas, doncs, la invasió de l'esfera íntima es converteix en una conseqüència directa de la precarietat que suposa per als autònoms el fet de cobrar per peça publicada.

Amb relació a la pressió que exerceixen els mitjans de la competència, està directament relacionada amb l'actual voràgine en què es troben immersos els mitjans. En un context altament competitiu en què existeixen pocs llocs de treball per a periodistes, els professionals se senten pressionats per ser els primers a publicar informacions i

aconseguir la màxima audiència possible, de manera que observen constantment els continguts que publiquen altres mitjans o les xarxes socials, per tal de no quedar-se enrere. Això, a banda de deixar un menor marge per a la reflexió, fa que se sentin arrossegats per la tendència a publicar detalls morboses si així ho fan la resta de mitjans, per tal de mantenir l'audiència. L'Emma, per exemple, s'hi va trobar quan cobria com a estudiant en pràctiques l'atemptat terrorista a Cambrils de 2017, que va gaudir d'una àmplia cobertura en mitjans d'àmbit català, espanyol i internacional: “Totes les notícies que anaven sortint publicades eren molt morboses, tipus: *Vaig agafar el meu fill en braços, vaig sortir corrent amb el cotxet i sentia bales, mai he passat tanta por*. Però clar, el cas és que, realment, no hi va haver trets. Llavors, el dubte era dir: què escric i què no? Perquè, si escric una cosa molt *light*, no hi haurà notícia i tots els altres mitjans se'ns menjaran”, reflexiona.

5.1.4 Perspectives de futur

El darrer apartat de l'anàlisi qualitatiu aborda les visions que tenen els professionals sobre el futur del periodisme. Els participants comparteixen àmpliament la visió que el periodisme és més necessari que mai com a peça fonamental en qualsevol societat democràtica, i que per tant continuarà essent imprescindible en el futur; però en canvi mostren un alt grau de pessimisme amb relació a l'evolució de les condicions laborals del sector, ja que temen un augment de la precarització. En aquest context, advoquen per conscienciar la ciutadania de la necessitat de pagar per la informació -per exemple, a través de murs de pagament en els mitjans digitals- com a única manera de garantir una supervivència digna de la professió. També avaluen el paper que, a parer seu, han de tenir institucions com el Col·legi o el Sindicat de Periodistes tant a l'hora de defensar la qualitat de la informació com les condicions laborals d'aquells que s'hi dediquen.

5.1.4.1 Un pronòstic poc esperançador

Malgrat la difícil situació que viu el periodisme -sobretot pels seus condicionants econòmics i la precarietat que impera en el sector-, la majoria d'entrevistats reivindiquen la professió i vaticinen que continuarà essent imprescindible en un futur. Respecte a la possible evolució de les condicions laborals, tanmateix, són més pessimistes,

especialment els treballadors de mitjans privats, que temen que la seva situació pugui continuar precaritzant-se. En canvi, entre els treballadors públics -que es caracteritzen per gaudir de salaris més elevats i una major estabilitat-, es percep un optimisme moderat. El pronòstic, tanmateix, és desigual en funció dels sectors: la premsa és la que s'emporta les pitjors previsions, ja que diversos participants consideren que corre el risc de desaparèixer, mentre que els gabinets de comunicació són considerats com el sector que pot garantir més llocs de treball i de millor qualitat; malgrat que els entrevistats participen del debat obert sobre si la comunicació corporativa es pot considerar periodisme o si, per contra, s'ha de considerar com una branca de la publicitat. En general, però, hi ha la consideració compartida que cal conscienciar la ciutadania que per gaudir d'una informació veraç i independent s'ha d'estar disposat a pagar-la, ja que es considera un pas imprescindible per garantir un futur digne de la professió.

a) Una professió imprescindible però cada cop més precària

Preguntats sobre el futur de la professió, la majoria de participants opinen que el periodisme continuarà existint en el futur, ja que el consideren una eina imprescindible per al bon funcionament d'una societat democràtica. “El periodisme sobreviurà, perquè una societat sense periodisme no és democràtica ni és lliure”, afirma l'Enric, de 61 anys. La Irene, de 53, hi està d'acord: “El futur està negre, però hi ha esperança, perquè el periodisme és més necessari que mai [...]. Ja no només pel tema polític, sinó per tots els abusos i violacions de drets humans que hi està havent arreu del món”, assegura. En Guillem, de 43 anys, mostra el mateix convenciment: “El periodisme és més necessari que mai, malgrat els problemes econòmics, la precarietat, els problemes polítics i el qüestionament que estan patint els mitjans en aquests moments”, indica.

Els participants també alerten, tanmateix, que la supervivència del periodisme pot anar acompanyada d'un possible empitjorament de les condicions de treball d'aquells que s'hi dediquen. En aquest sentit, es mostren clarament pessimistes -sobretot els que treballen per a mitjans privats- i vaticinen que la situació laboral continuarà precaritzant-se durant els pròxims anys. “El futur del periodisme el veig complicat, perquè haurà de lluitar molt contra tot el que viurà”, adverteix l'Enric, de 61 anys i que ha desenvolupat tota la seva

carrera professional en un diari. Per això, creu que, malgrat que el periodisme pugui sobreviure, les condicions laborals dels seus treballadors no milloraran: “Jo crec que hi haurà menys periodistes i en un primer moment no crec que estiguin més ben pagats, perquè és complicat, però tampoc estaran més mal pagats, perquè és impossible”, constata. Des del seu punt de vista, el futur de la professió passa per redaccions amb menys efectius però més lliures: “Crec que hi haurà un periodisme franc tirador, en el qual gent valenta acabarà fent petits mitjans amb 8, 10 o 15 persones. No hi tornarà a haver redaccions de 700 i 800 persones com hi havia hagut, sinó que seran més petites però tindran més llibertat”, vaticina.

La Irene, treballadora d'una emissora de ràdio pública, també es mostra pessimista respecte a l'evolució de les condicions laborals del periodisme, fins al punt que va recomanar a la seva pròpia filla que no escollís aquesta carrera per la manca de perspectives professionals que implica: “La feina és molt maca, i la professió també, però no està ben pagada [...]. Si jo tingués divuit anys, també la voldria fer, però a la meua edat potser ja no, perquè veig tots els problemes que comporta”, assenyala. Aquesta participant creu que el periodisme ha estat una “víctima claríssima” de la crisi, i no té clar que el futur passi pel sector digital, tal com s'ha vaticinat tantes vegades: “Tothom ens deia: *El futur són els mitjans interactius*, però ara veiem que també hi ha crisi als mitjans interactius, que també estan acomiadant gent, per la qual cosa no sé quin futur ens espera”, adverteix. Dintre de tot, però, presenta un grau d'optimisme moderat respecte a l'evolució de les condicions laborals: “Igual el periodisme mai serà una professió súper ben pagada, però amb què puguis viure de la feina jo ja em conformo [...]. El periodisme és un dels sectors que més ha patit la crisi, que a més ha servit d'excusa per fer neteja de personal i abaixar sous, però jo vull ser optimista i pensar que algun dia sí que millorarà”, conclou.

També en Guillem, treballador d'una cadena de televisió pública, es mostra esperançat sobre el futur laboral dels periodistes; però això sí, coincideix amb l'Enric que serà més difícil trobar una feina en el sector: “No és sensat ni realista pretendre que el mercat laboral del periodisme a Catalunya absorbeixi tota la mà d'obra que suposadament surt de les facultats”, alerta. Paradoxalment, però, creu que aquesta sobreabundància de professionals permetrà millorar les condicions laborals d'aquells que demostrin estar

realment qualificats per a la feina: “Al final, els mitjans hauran de pagar pels periodistes bons [...]. Un periodista qualsevol no el voldràs: hi haurà tanta mà d’obra, o de fet ja n’hi ha tanta, que si has de contractar algú, voldràs contractar algú que aportí algun valor afegit”, opina.

b) La premsa, considerada en risc de desaparèixer

De tots els tipus de mitjans, els participants atribueixen el pitjor pronòstic a la premsa. Es tracta del sector més perjudicat per la crisi de 2008, de manera que ofereix unes condicions molt precàries i genera un baix nivell de satisfacció entre els seus treballadors, però tot i això continua essent, segons les dades de l’enquesta, la principal font d’ocupació per als periodistes a Catalunya. Els participants, tanmateix, alerten que corre el risc de desaparèixer davant l’auge dels mitjans digitals. “La venda de diaris està caient des de fa molts anys, i a la crisi del sector se li ha sumat la crisi econòmica, i aquest còctel no fa esperar grans notícies, ni ara ni en els pròxims anys”, assenyala en Marc, cap d’informatius d’una televisió local.

Per a en Jordi, que treballa en un mitjà nadiu digital, els mitjans impresos tenen els dies comptats, ja que són incapaços d’oferir la mateixa rapidesa que els digitals: “Si passa alguna cosa de matinada, la gent obre l’endemà el diari i no ho troba. En canvi, a Internet no li caldrà ni que consulti cap diari digital, perquè obrirà les xarxes socials i ja li sortirà aquell tema. I clicarà. Potser al diari estarà més ben treballada la notícia, però el paper en si ja no tindrà cap valor”, considera. També l’Òscar, que treballa com a autònom per a mitjans audiovisuals estrangers, creu que els diaris en paper acabaran per desaparèixer. “La ràdio no morirà mai perquè té una cosa que no té la televisió, que és la immediatesa. El paper sí que està condemnat a mort, mentre que el sector audiovisual crec que té bona salut”, valora. De fet, ell, que és el participant més satisfet amb les seves condicions laborals, també és el més optimista respecte al seu futur personal: “El veig bé, perquè els mitjans digitals estan tirant cada vegada més d’audiovisual, i per a mi això és un plus”, assenyala.

c) Els debats sobre la comunicació corporativa

Al contrari de la premsa, els entrevistats contempen la comunicació corporativa com el sector amb més futur dins de la professió. Segons indiquen, els gabinets són actualment l'àmbit que ofereix més llocs de treball i amb millors condicions laborals per als periodistes, opinió que es correspon amb les dades obtingudes en l'enquesta, on aquests treballadors són els que mostren un major grau de satisfacció. Tot i això, no hi ha unanimitat sobre si la tasca que exerceixen els gabinets de comunicació -que respon als interessos d'una empresa o institució i no als principis ètics del periodisme- pot ser considerada periodisme. Es tracta d'una qüestió que es troba en ple debat dins la professió, malgrat que el Col·legi de Periodistes empara els treballadors dels gabinets i defensa els seus interessos igual que els de la resta de periodistes.

Alguns participants s'oposen fermament a què la comunicació corporativa es pugui equiparar al periodisme, ja que els gabinets de premsa no responen al bé comú de la ciutadania sinó a l'interès particular de la institució o empresa que els paga. En aquesta posició es troba en Jordi, que va començar la seva carrera professional en un gabinet de comunicació: "Gairebé ho veia com fer publicitat. No és que estiguis enganyant, sinó que estàs venent un producte", assenyala. L'Enric, de 61 anys i que ha treballat en premsa, coincideix amb aquesta visió, tot i reconèixer que la comunicació corporativa és una sortida laboral cada cop més habitual per als periodistes: "Més de la meitat dels nostres periodistes estan treballant, i gràcies que poden fer-ho, en llocs on no treballen per la veritat sinó per l'interès de qui els paga: en gabinets de premsa", explica.

En canvi, la Laia, llicenciada en Periodisme i que actualment treballa en el gabinet de comunicació, defensa que la seva tasca sí que és periodística: "Jo em sento totalment periodista [...]. No treballo en un mitjà, però faig feina de periodista perquè cerco informació, la interpreto, la treballo... per arribar a diferents públics", assenyala. I en aquest sentit, defensa la funció dels professionals que treballen en comunicació corporativa: "Des dels gabinets es pot fer molt bon periodisme. A vegades sembla que t'hagis passat a l'altre bàndol i ja no puguis fer periodisme, i no és així. Tot depèn de com t'ho plantegis", assegura.

d) Conscienciar que la qualitat té un cost

Els participants coincideixen que la millor fórmula per garantir un periodisme de qualitat i unes condicions laborals dignes per aquells que l'exerceixen passa per conscienciar la ciutadania que l'elaboració de la informació té un cost, i que val la pena pagar per una informació veraç i contrastada. De fet, la crisi de moltes capçaleres de premsa arranxa precisament aquí, ja que l'eclosió dels mitjans digitals va anar acompanyada d'un model de negoci en què es prioritza la publicitat -el que requereix aconseguir el màxim nombre de lectors possible- per sobre el pagament de continguts, de manera que bona part de la ciutadania s'ha acostumat a tenir la informació de forma gratuïta a la xarxa i això ha suposat pèrdues econòmiques milionàries per al sector. Malgrat que alguns mitjans, sobretot nadius digitals, han implementat amb èxit alguns models de subscripció, la majoria de grans capçaleres, que durant anys han ofert els seus continguts gratuïtament a la xarxa, tot just estan començant a treballar en murs de pagament de la informació. Els participants, però, veuen imprescindible accelerar aquest procés i fer-ne partícip la ciutadania. “Ens hem acostumat a no pagar per les coses, i amb els mitjans digitals ha passat això. La gent pensa: *per què he de pagar pel contingut, si fins ara me l'has donat gratis?* Ens costa pagar per la informació, però en canvi, si anem al cine o comprem un llibre bé que ho paguem. Per tant, també hauríem de tenir la mentalitat que cal pagar per la informació”, reivindica la Irene.

Paradoxalment, l'actual context de proliferació de notícies falses que posa en risc el prestigi de la professió, és percebut alhora com una oportunitat de posar en valor el periodisme de qualitat i convèncer la ciutadania que invertir en periodisme serà l'única manera d'accedir a una informació veraç. L'Enric, per exemple, se'n mostra convençut: “La societat acabarà decidint que una part molt petita del que guanya, però una part, haurà d'invertir-la en mitjans, del tipus que siguin, perquè decidirà que val la pena pagar una quantitat per mantenir uns mitjans que no diguin només el que el poder vol que diguin”. En aquest sentit, l'Alba recorda que últimament s'han creat nous mitjans digitals que “estan intentant no dependre de la publicitat i poder ser més lliures depenent només dels subscriptors”, i considera que “tots els mitjans haurien d'anar cap aquí”. En Guillem hi està d'acord, tot i que adverteix que, perquè el model de pagament funcioni, els mitjans

han d'oferir productes de qualitat. "Per fer pagar has d'oferir un periodisme que valgui la pena [...]. Perquè jo, pagar perquè em diguin que tal persona ha fet un tuit, no ho penso fer", declara. Finalment, per a la Laia, aquesta conscienciació de la ciutadania només s'aconseguirà si va acompanyada d'una regulació de l'intrusisme en el sector: "Si no, ens estem barrejant amb altres perfils que no afavoreixen la nostra reputació ni el nostre futur", adverteix.

5.1.4.2 El paper de les associacions professionals

Com que no és una professió de col·legiació obligatòria, els organismes de representació com el Col·legi o el Sindicat de Periodistes són percebuts com a instruments poc efectius a l'hora de defensar tant els drets com la qualitat de la professió. Generalment, els entrevistats consideren que la seva existència és necessària i fins i tot positiva, però els contempen com a totalment insuficients en l'actual marc legislatiu del mercat de treball. A més, el caràcter individualista de la professió és apuntat com un dels factors clau que impedeix aquests organismes dotar-se d'una major força col·lectiva.

La major part dels participats considera que l'existència d'un Col·legi professional és necessària però apunta que la seva efectivitat és limitada, especialment en l'àmbit laboral, ja que al no ser de pertinença obligatòria disminueix la seva representativitat i ho té molt difícil per incidir en el funcionament del mercat de treball. De fet, molts d'ells consideren que el Col·legi és més útil a l'hora de vetllar per la qualitat de la informació -a través del codi deontològic i el Consell de la Informació, malgrat que no pugui imposar sancions econòmiques- que no pas a l'hora de defensar les condicions laborals dels seus professionals.

La Laia i l'Alba són les dues participants que es mostren més crítiques amb el funcionament del Col·legi de Periodistes. "És necessari que hi hagi entitats i sindicats que defensin els interessos dels professionals, però amb un criteri", apunta la Laia, que anteriorment havia estat col·legiada però que es va donar de baixa perquè va considerar que la institució no defensava prou els drets dels periodistes, especialment amb relació a

l'intrusisme professional. Les condicions per formar part del Col·legi de Periodistes, segons consta al web www.periodistes.cat, consisteixen a tenir el títol universitari en Periodisme o altres carreres assimilables o bé tenir qualsevol altre grau i acreditar una experiència de com a mínim dos anys treballant en mitjans de comunicació. A més, durant alguns períodes concrets –aprovats pel Parlament- també s'han obert les portes a persones sense estudis universitaris que acreditessin almenys cinc anys treballant en algun mitjà. Per a la Laia, aquests requeriments són massa laxes per a defensar els professionals de la informació: “Un Col·legi que admet gent que no té formació prèvia en Comunicació no em genera crèdit, no em genera confiança [...]. No és que el Col·legi no et defensi, sinó que fins i tot va en contra dels graduats en Comunicació, perquè no valoren el fet que tu tinguis una titulació oficial i altra gent no”, lamenta. L'Alba, que tampoc està col·legiada, també es mostra molt crítica amb la institució, a qui acusa de falta de valentia i d'estar massa lligada al poder: “Està totalment pervertida, perquè resulta que les persones que en formen part són les que acaben imposant unes condicions laborals precàries als seus treballadors”, denuncia. “Si realment defensessin les condicions laborals, si realment treballessin per nosaltres, tindrien tot el sentit del món”, considera, però indica que “ara mateix, el Sindicat de Periodistes no sé ben bé què fa exactament i el Col·legi només es dedica a muntar sopars i cursets”.

En canvi, en Marc, que no està col·legiat, i l'Òscar, que sí, coincideixen en defensar la necessitat d'un organisme com el Col·legi de Periodistes, tot i que lamenten tingui una capacitat limitada a l'hora de defensar unes condicions laborals dignes. “Jo crec que és una feina que està bé que la facin, però al final, una empresa privada és una empresa privada [...]. Han de lluitar perquè les condicions de treball siguin les mínimes perquè la gent pugui desenvolupar la seva carrera i mantenir-se a nivell vital, però a partir d'aquí, és veritat que amb les empreses privades això es fa molt difícil”, assegura en Marc. L'Òscar hi està d'acord: “La força que tenen és la que és. Potser tenen prou força com per a parlar amb les administracions públiques, però després, de cara als mitjans de comunicació, aquests fan el que volen”, adverteix.

Davant d'aquestes limitacions en l'àmbit laboral, alguns participants comparteixen la idea que la principal funció del Col·legi de Periodistes, més que defensar els drets laborals

dels professionals, ha de ser la de vetllar per la qualitat de la informació. Una de les que comparteix aquesta opinió és l'Emma, que als seus 22 anys no està col·legiada però que tot i això defensa l'existència de la institució: “És súper necessari, i més en una professió que està tan infravalorada i on hi ha tant d'intrusisme [...]. Cal que siguin tan independents com sigui possible per garantir aquesta qualitat, ja no només per nosaltres i per les nostres condicions laborals, sinó perquè el producte que oferim ha de tenir qualitat”, apunta. També el participant més veterà, l'Enric, de 61 anys i membre de la junta de govern del Col·legi de Periodistes, defensa que aquest organisme s'ha de dedicar a vetllar per qüestions com la llibertat de premsa o la llibertat d'expressió, més que no pas entrar en qüestions estrictament laborals: “Una cosa és defensar el dret dels periodistes a treballar en condicions dignes i l'altra és que el Col·legi hagi d'entrar a fer de sindicat. Per això ja hi ha els sindicats”, considera.

Finalment, dos dels participants –la Irene, no col·legiada, i l'Òscar, que sí–, apunten a l'individualisme dels periodistes com la veritable dificultat a l'hora d'articular una lluita conjunta contra els problemes laborals comuns. “Ens mirem massa el nostre propi melic [...]. Som un col·lectiu molt individualista, però si tots ens plantéssim i diguéssim, per exemple, que *gratis no es treballa*, cap empresa disposaria d'estudiants en pràctiques gratuïtes fent feines que haurien de ser per a redactors”, considera l'Òscar. A la Irene l'indigna aquesta situació, i detecta una falta de solidaritat entre els que tenen unes condicions laborals més favorables i aquells que viuen en la precarietat: “A vegades m'emprenyo, perquè penso que en una professió com aquesta, amb gent que en teoria és combativa i que vol denunciar el que no està bé... quan es tracta de parlar de nosaltres mateixos, la gent calla i cadascú va a la seva... ens hem aburgesat, i és com si tot ens fos igual [...]. Sembla que amb tenir un sou i un horari fix ja n'hi ha prou; és trist però és així”, conclou.

5.2 L'opinió dels experts

El segon apartat de l'anàlisi qualitativa recull les opinions sis experts vinculats al món del periodisme –tant en l'àmbit acadèmic com institucional- que complementen les reflexions dels professionals obtingudes a partir de les enquestes i de les entrevistes en profunditat. L'objectiu d'aquest segon bloc d'entrevistes ha estat obtenir un conjunt d'opinions externes, de caràcter més institucional i tècnic, que serveixin com a contrapunt de les visions dels professionals, que narren experiències viscudes en primera persona i que per tant ofereixen un punt de vista més subjectiu. Els experts entrevistats són el doctor en Periodisme i exdegà del Col·legi de Periodistes Salvador Alsius; la periodista i també exdegana del Col·legi Neus Bonet; el president del Consell de la Informació de Catalunya, Roger Jiménez; el doctor Carlos Macià-Barber; el periodista i investigador Luis Palacio i la doctora Eva Jiménez³⁰. En el primer subapartat s'aborden les qüestions relacionades amb la precarietat laboral, les seves causes i conseqüències; a continuació s'explora la situació de l'ètica periodística a Catalunya i les possibles vies per a garantir-la i finalment s'analitza quines són les perspectives de futur en l'àmbit del periodisme.

5.2.1 Reflexions sobre la precarietat laboral

Aquest primer subapartat recull les opinions dels sis entrevistats amb relació a la precarietat laboral en el món del periodisme, així com les seves possibles causes i conseqüències. Els experts coincideixen amb els professionals en assenyalar la saturació del mercat laboral com una de les principals causes de la precarietat, i hi afegeixen que les jubilacions i prejubilacions estan desplaçant del mercat laboral els professionals més veterans -que generalment tenen una major experiència i unes millors condicions de treball- per nodrir-se de joves a qui ofereixen uns salaris més baixos i condicions més precàries. A continuació s'analitzen les conseqüències de la precarietat, que segons els experts es tradueixen en una major docilitat i submissió dels periodistes a les seves empreses. Finalment, es contraposen les dues visions dels entrevistats sobre quin grau de responsabilitat individual tenen els periodistes sobre els continguts produïts en aquest context: alguns consideren que es tracta de treballadors condicionats per la precarietat laboral i opinen que les responsabilitats ètiques no haurien de recaure sobre ells sinó sobre

³⁰ El currículum de complet els experts entrevistats es pot consultar a l'annex

les empreses per a les quals treballen; mentre que d'altres adverteixen que la precarietat laboral no pot ser una excusa per incomplir amb els dictats de la deontologia.

5.2.1.1 Un mercat laboral inestable, saturat i precari

Igual que els professionals, els sis experts entrevistats coincideixen en advertir la precarietat laboral és un dels principals problemes als quals s'enfronta la professió periodística a Catalunya. Una de les que més preocupades es mostra és l'exdegana del Col·legi de Periodistes, Neus Bonet: "L'esclavatge es va abolir fa molt de temps, teòricament, però estem tornant a unes condicions infumables. Pugen les contractacions, però amb quina qualitat?", es pregunta. El doctor Carlos Macià-Barber hi està d'acord i creu que la situació laboral i professional de molts periodistes ha empitjorat en els darrers anys, sobretot a partir de 2008: "La situació ha empitjorat, i amb la crisi s'ha notat molt. Hi ha molta gent que la fan fora i no pot tornar a trobar un lloc de treball en la professió", alerta. Els experts, doncs, coincideixen amb la diagnosi dels professionals que la saturació del mercat de treball, amb un nombre de periodistes buscant feina superior als llocs de treball disponibles; l'existència de pràctiques no remunerades que sovint s'allarguen més del període estrictament de formació i que molts cops acaben substituint llocs de treball i l'acomiadament dels periodistes més veterans –amb millors condicions laborals- per substituir-los per joves més precaris són les causes que expliquen l'actual context de precarietat.

a) Necessitat de redimensionar els estudis universitaris

Igual que els professionals, els experts també consideren la saturació del mercat laboral com una de les principals causes que expliquen la precarietat que es viu actualment en el sector del periodisme. Amb deu universitats catalanes oferint estudis de periodisme i/o comunicació, ja fa anys que la demanda de llocs de treball supera, de lluny, l'oferta de les empreses periodístiques, de manera que l'elevada competència fa molt difícil aconseguir una feina estable i ben remunerada en aquest sector. Els experts recorden, tanmateix, que no es tracta d'un problema circumstancial ni recent, sinó gairebé endèmic a Catalunya. El doctor Salvador Alsius, per exemple, recorda que en els inicis de la seva carrera professional, a finals dels anys 60, ja hi havia preocupació entre els estudiants de la seva

generació per la manca d'oportunitats laborals. “Quan jo vaig començar a fer de becarí, hi havia moltes coses que eren com ara [...]. Érem 25 persones per curs, per tant pots pensar que hi havia poca competència, però l'única perspectiva que teníem era la de treballar en premsa escrita, en alguna agència o en els vuit diaris que hi havia a Barcelona, i per tant la sensació era, en aquell moment, era que mai podríem treballar en això. Una sensació perfectament comparable a la d'un estudiant que avui en dia es trobi a mitja carrera”, compara. El doctor Carlos Maciá-Barber comparteix una experiència similar: “Quan jo estudiava la carrera, érem molts i no hi havia feina per a tots. De fet, hi havia molta gent que acabava i no es dedicava al periodisme, perquè no hi havia feina per a tanta gent. Hi ha gent que valia molt però que s'ha quedat pel camí, perquè a vegades la vida no ens dona a tots les mateixes oportunitats”, reflexiona. El president del Consell de la Informació, Roger Jiménez, també coincideix en la diagnosi: “Si em preguntes si la precarització ha estat sempre així, et diré que, rotundament, sí. Perquè com tota activitat no és elàstica, sinó que té uns límits, i el sector no s'eixampla per més que vulguis intentar-ho”, reflexiona.

Per a Bonet, una de les maneres d'acabar, o com a mínim pal·liar, amb aquesta saturació seria una millor planificació sobre els estudis universitaris, per tal d'ajustar millor l'oferta a la demanda. “Si no s'asseuen diferents actors en una taula i planifiquen una mica la quantitat de gent que s'està llicenciant cada any en periodisme o comunicació en un mercat que no els pot absorbir, estem creant una cadena de gent que està a l'atur o que haurà d'estar fent altres coses que no tenen a veure amb allò que s'està formant i han invertit un temps de la seva vida”, proposa. En canvi, la doctora i professora de la Universitat Ramon Llull Eva Jiménez no creu que s'hagi de reduir el nombre de places, sinó senzillament informar bé els alumnes de quines són les seves opcions de futur: “Existeix la llibertat de mercat, de manera que cadascú pot estudiar el que vulgui i, si després no té sortida, el mercat ja li dirà que no. I també hi ha una qüestió de responsabilitat: jo puc oferir aquesta carrera i tenir alumnes perquè és una carrera apassionant, bonica, que pot atraure molta gent, però també he de ser conscient que i he d'informar bé el meu client, el meu alumne, de quines seran les seves sortides professionals quan acabi”, opina.

b) Evitar abusos en les pràctiques universitàries

Com s'ha observat prèviament, la saturació del mercat de treball fa que cada cop hi hagi més joves a la recerca d'una oportunitat laboral, que sovint arriba en forma de períodes de pràctiques, que poden ser o no remunerades. Els experts alerten, però, que moltes empreses decideixen utilitzar els estudiants en pràctiques per aconseguir mà d'obra gratuïta, de manera que els allarguen el període de formació quan ja han acabat el grau i a vegades els fan servir per cobrir llocs de treball que haurien de correspondre a professionals. Un dels que més indignats es mostra és Macià-Barber, que des de la seva posició com a professor a la universitat Carlos III de Madrid ha pogut experimentar aquest fenomen en primera persona: “Gairebé de manera sistemàtica es podria buscar una correlació entre els expedients de regulació d'ocupació i les peticions de becaris que ens arriben a les universitats. Ho he vist, per exemple, amb TVE, TeleMadrid i Antena 3: que fessin fora companys i que després et vinguessin a demanar becaris per a l'estiu. I jo penso: si acabeu de fer fora gent perquè dieu que no hi ha feina, com em veniu a demanar becaris? Només busquen el *gratis total*”, lamenta.

La doctora Eva Jiménez, professora de la Universitat Ramon Llull de Barcelona, també ha detectat que cada vegada més sovint les empreses intenten utilitzar estudiants en pràctiques per encomanar-los les mateixes funcions que als redactors amb unes condicions més precàries: “L'empresa sol dir que l'alumne està aprenent i que per tant no ha de tenir els mateixos drets que un treballador, però després et ve l'alumne i et diu que està fent la mateixa feina que un redactor en plantilla, només que de forma no reconeguda”, assenyala. Jiménez també apunta que la possibilitat que la feina elaborada per estudiants en pràctiques tingui una qualitat menor a la dels professionals preocupa poc a les empreses: “No està clar que baixant la qualitat es perdi tanta audiència, de manera que al final les empreses fan comptes i veuen que els alumnes els surten molt més barats que un treballador en plantilla, i com que no hi ha una consciència social que exigeixi una gran qualitat, perquè la publicitat institucional els està salvant, tiren endavant”, lamenta.

En aquest sentit, els experts entrevistats han detectat que les pràctiques amb condicions precàries han estat des de fa anys una de les vies d'accés a la professió; però amb la diferència que fa unes dècades podien acabar donant accés a un contracte laboral, mentre que ara és molt més difícil que això succeeixi. Per exemple, Alsius recorda que en els seus inicis professionals va haver d'acceptar treballar moltes hores per un salari molt baix, però que això li va servir per fer-se un lloc a la professió: “Vaig estar prop de tres anys cobrant una misèria, treballant com un fill de puta, però això sí, amb una feina llúida, perquè de seguida em van posar a fer reportatges d'una certa firma, i això a mi ja m'omplia molt i era una manera de fer currículum”, assenyala.

Per a les generacions actuals, en canvi, la situació és molt diferent: el treball gratuït i precari continua essent pràcticament l'única via d'accés a la professió, però ara –tal com també han assenyalat els professionals més joves- hi ha poques opcions d'aconseguir quedar-se contractat amb unes condicions dignes al mitjà on s'han fet les pràctiques. “Abans, tothom confiava que si feia tot el que li demanaven, si treballava 14 hores al dia... es podria quedar al lloc on havia fet les pràctiques. Però al final, veus que hi ha gent que treballa al 200% i que tot i així les empreses no els contracten perquè així sempre s'hagin de seguir esforçant per poder aspirar a un lloc de treball”, denuncia Eva Jiménez. Macià-Barber també està d'acord amb que les noves generacions d'estudiants ho tenen més difícil per accedir a un lloc de treball estable, i ho compara amb la seva pròpia experiència: “Quan penso en quan jo era becari, com em tractaven i com em pagaven, i veig ara el que es troben els meus alumnes, la conclusió és que la situació ha empitjorat moltíssim, perquè a mi em pagaven com a becari el que a molts periodistes els paguen avui per estar en plantilla”, lamenta.

Davant d'aquesta situació, els entrevistats que treballen com a professors universitaris advoquen perquè les facultats “tanquin l'aixeta” de les pràctiques gratuïtes, cosa que és difícil perquè són els mateixos estudiants els que estat disposats a accedir a aquest tipus de fórmules per tal de guanyar experiència professional. En aquest sentit, Macià Barber ho té molt clar i ha lluitat perquè la seva universitat no gestioni pràctiques no remunerades: “És cert que els estudiants han de fer pràctiques obligatòries, però si el meu col·legi professional de Madrid diu que no es treballa gratis, jo no faré res que vagi en

contra del meu col·legi professional ni de les meves pròpies conviccions. A vegades fins i tot l'alumne no ho entén, i diu: ostres, quin greu que hagin tret aquelles pràctiques, però nosaltres hem d'evitar fer el joc a les empreses, perquè sempre se'n beneficien els mateixos", considera.

Eva Jiménez, per la seva banda, creu que cal un acord entre universitats i empreses per garantir que el període de formació és realment un aprenentatge per als alumnes i no una forma de treball encoberta. "Hi ha d'haver uns indicadors clars per fer un seguiment del procés d'aquella persona que s'està formant, perquè realment aprengui i no hi hagi un abús. Hi ha molt per fer, però quan no ens posem d'acord és perquè hi ha molts interessos", lamenta. Per això, defensa que "cal assegurar-se totes les parts implicades, posar-se a dialogar i fer una suma positiva". Per a Macià-Barber, però, un dels hàndicaps és que no totes les universitats comparteixen aquesta perspectiva, ja que a algunes els interessa poder enviar els seus estudiants a les empreses: "Jo, com a universitat, no cediré i no enviaré becaris perquè no vull contribuir a les males pràctiques, però el problema és que no totes les universitats funcionen igual. I també hi ha universitats que arriben a acords amb mitjans per, a canvi de bon tracte, "col·locar" a gent. És una manera de "comprar" llocs de becari", considera.

c) "Expulsió" dels professionals més veterans

Segons adverteixen els experts, la proliferació d'estudiants en pràctiques disposats a treballar gratuïtament per aconseguir una oportunitat laboral ha anat acompanyada d'un altre fenomen, que són els acomiadaments de periodistes veterans. Com s'ha vist amb les dades de l'enquesta, els periodistes amb més experiència professional a les seves espatlles són els que gaudeixen d'unes millors condicions de treball, amb uns salaris més elevats i una major estabilitat. Els experts alerten, tanmateix, que en els darrers anys aquest col·lectiu ha estat durament perjudicat pels expedients de regulació d'ocupació que han proliferat en els mitjans de comunicació, i han estat substituïts per noves generacions de periodistes més joves i en situacions més precàries.

Per a Macià-Barber, “cal veure a qui s’acomiada i en quines condicions es fa”. Segons apunta, sovint les empreses opten per prejubilat professionals veterans amb salaris elevats i substituir-los per joves amb salaris més baixos. “No tinc dades, però tinc la sospita que si s’acomiada a algú que cobra 5.000 llavors es contractarà a dues persones que per mil euros facin la mateixa feina que feia el de 5.000 o més”, assenyala. Eva Jiménez comparteix la mateixa preocupació, i alerta que les empreses prefereixen contractar periodistes joves perquè les condicions precàries que els poden oferir, sumades a la seva inexperiència, els converteixen en professionals més dòcils: “Han acomiadat grans periodistes veterans, que són els que més coneixement tenen i poden aportar més qualitat, però que també són els més crítics i els que poden qüestionar certes polítiques o estratègies. Moltes d’aquestes persones se n’han anat al carrer per prejubilacions o acomiadaments”, apunta. En canvi, afegeix, moltes empreses han optat per “contractar, subcontractar o obligar certs periodistes més joves a fer-se autònoms o falsos autònoms per tal d’estalviar-se costos”.

Per a Alsius, els acomiadaments de professionals veterans tenen una conseqüència irreparable en la cadena de transmissió de coneixement que anteriorment existia dins les redaccions, en què els joves periodistes aprenien l’ofici treballant colze a colze amb aquells que ja comptaven amb anys d’experiència. Ara, en canvi, els mitjans es nodreixen de periodistes cada vegada més joves a qui els falten referents de qui aprendre els principals aspectes de la professió. “Hi ha com un forat negre que xucla la gent a partir de certa edat, i a les redaccions sempre hi ha gent jove. Això és bo, perquè els estudiants poden pensar que amb aquesta renovació algun dia tindran una oportunitat, però també és dolent perquè, si no queda gent amb cabells blancs a les redaccions, ningú podrà transmetre saviesa a les noves generacions”, adverteix Alsius.

d) Les dificultats per superar la desigualtat de gènere

Els experts no es mostren sorpresos amb els resultats de l’enquesta, que indiquen que les dones pateixen majoritàriament unes condicions laborals més precàries que els homes, amb un major percentatge de contractació temporal i uns salaris generalment més baixos.

En aquest aspecte, els experts coincideixen amb l'opinió dels professionals i adverteixen que hi ha pocs mitjans de comunicació que ofereixin possibilitats reals de conciliació laboral i familiar, de manera que la maternitat es converteix en un condicionant, especialment per a les dones, que en alguns casos les porta a abandonar la professió i que en d'altres els dificulta l'accés als càrrecs de major responsabilitat, vinculats a unes millors condicions de treball.

Per a Neus Bonet, les dificultats que posen moltes empreses per a la conciliació laboral i familiar fa que les dones acabin tenint menys presència i visibilitat dins l'ofici, ja que generalment encara són elles les que aguanten una major càrrega familiar. “Sempre et trobes en la tessitura d'haver de decidir entre una professió que t'agrada i la maternitat, i això no és just. És impresentable, i socialment discriminatori [...]. Quan semblava que avancem, reculem. A moltes empreses, quan agafes una baixa per maternitat, o ja no els interessen o pensen que seràs tu la que faltirà quan el teu fill es posi malalt. Ha arribat un moment que tot això ha tornat a calar”, denuncia. De fet, assenyala que les dones, especialment les més joves, són el perfil de professional en situació precària que més acudeix al Col·legi per sol·licitar ajuda: “I ja no t'explico si són mares solteres”, afegeix. Per tot plegat, considera que el periodisme corre el risc d'acabar-se convertint en una professió essencialment masculina: “Al final, aquest serà un ofici només d'homes, perquè seran els únics que podran mantenir-lo, perquè a ells això de conciliar no els afecta tant”, reflexiona. Aquest advertiment constata el que s'ha observat prèviament en les entrevistes als professionals, on s'ha reflectit que, efectivament, els problemes derivats de la falta de conciliació laboral i familiar són un major motiu de preocupació per a les dones que per als homes. També la doctora Eva Jiménez apunta que la precarietat laboral afecta més a les dones que als homes, però considera que no es tracta d'una característica exclusiva del periodisme sinó que és un reflex del que succeeix en la majoria d'àmbits de la societat: “És un fet que, arreu del món, la pobresa afecta més les dones que els homes. En termes globals veiem que la bretxa de gènere existeix, i en aquesta professió, a més, hi ha molt poques dones directives [...]. Al cap i a la fi, el periodisme no fa més que reflectir una part de la societat, i mostra les seves mateixes incoherències”, assenyala.

L'investigador Luis Palacio corrobora totes aquestes impressions a partir de les dades obtingudes en l'Informe Anual de la Professi3 Periodística, del qual és coordinador. Un dels indicadors més clars de les diferències laboral entre homes i dones, explica, són els salaris: “Hi ha una diferència en perjudici de les dones [...]. Mirem on mireu, en els trams salarials més baixos sempre hi ha més dones que homes [...]”, explica. Per això, assenyala que les dones mostren un major nivell de preocupaci3 per la discriminaci3 salarial que no pas els homes. En paral·lel, afegeix, hi ha més dones que es graduen en Periodisme i Comunicaci3 Audiovisual que no pas homes, corroborant així la tendència ja apuntada per Gómez Aguilar (2009) i Rivero i Meso (2014). En canvi, observa que en el mercat laboral la xifra d'homes treballant com a periodistes és superior a la de dones. “Aquí es produeix un salt important, i nosaltres pensem que una de les explicacions és que hi ha més dones que abandonen la possibilitat de seguir treballant com a periodistes i es dediquen a altres feines diferents”, assenyala. De fet, afegeix que les dones són clarament predominants en el sector de la comunicaci3 institucional, molt proper al periodisme. Tot i això, no s'atreveix a fer hipòtesis sobre per què succeeix aquest fenomen i creu que s'hauria d'estudiar amb més profunditat.

e) Autònoms, “el graó més dèbil” de la cadena

El col·lectiu d'experts alerta d'una altra realitat detectada a través dels resultats de l'enquesta: que els autònoms són cada vegada un col·lectiu més nombrós i vulnerable, ja que no només disposen de les condicions laborals més precàries -a causa de la seva inestabilitat i baix nivell de satisfacci3 amb la seva situaci3 laboral- sin3 que també disposen de menys de mecanismes de defensa davant la possible vulneraci3 dels seus drets per part de les empreses. Luis Palacio indica que el nombre d'autònoms ha crescut durant els darrers anys sobretot gràcies als joves, que cada cop veuen més complicat aconseguir una feina tradicional en un mercat de treball que, com s'ha apuntat prèviament, ja està saturat. “Molts joves es troben amb una realitat en què hi ha molt poc treball normalitzat en les plantilles de mitjans, de manera que ja s'han fet a la idea que hauran de ser autònoms i per tant intenten organitzar-se per tenir les millors condicions possibles”, assenyala. Tot i això, Neus Bonet alerta que molts autònoms es troben amb una legislaci3 que els dificulta aconseguir un nivell d'ingressos acceptable: “Has

d'avançar-li a l'Estat l'IVA d'unes factures que potser ni tan sols has cobrat, i si no et paguen, a qui vas a reclamar?", es pregunta.

Però malgrat advertir que es troben amb unes condicions laborals molt precàries, els experts també reconeixen l'aspecte positiu del qual els mateixos autònoms admeten gaudir, que és el grau més alt de llibertat i autonomia a l'hora de realitzar la seva feina. En aquest sentit, Macià-Barber es mostra d'acord amb Ross (2009) i Brophy i de Peuter (2007) i considera que la llibertat és l'aspecte més positiu de ser autònom: "Et treu pressions de sobre, no has de donar gaires explicacions i ets lliure per investigar i explicar el que vulguis", assenyala. Tot i això, també adverteix que es tracta d'un col·lectiu més indefens davant dels possibles abusos laborals: "Et dona molta inseguretat, perquè si tens un problema, qui et defensa? Quan treballes en una empresa hi ha el comitè, els companys... però en aquest cas, a qui has d'anar? A un sindicat, a un col·legi professional?", es pregunta Macià-Barber, que conclou que "és més fàcil pressionar o amenaçar un autònom que no pas un treballador en plantilla d'un gran mitjà".

Eva Jiménez comparteix la visió de Macià-Barber: "Un autònom està sol, i això vol dir que no té una redacció a les seves espatlles que el pot assessorar, ajudar... i tampoc pot comptar amb el suport d'elements d'autoregulació com un comitè d'empresa o un estatut de redacció al qual apel·lar, de manera que probablement no es pugui fer valer tant com una persona que està en plantilla", assenyala. En aquest sentit, considera que els autònoms "són el grau més dèbil de la cadena", i explica: "He escoltat gent que diu: *Em paguen a tant la peça, he d'aconseguir visites com sigui i per tant si ho exagero una mica, o faig un titular més cridaner perquè m'ho comprin, no passa res*". Des del punt de vista de la doctora i professora, "aquest tipus de coses també poden passar en plantilla, però els autònoms, a l'estar més sols, no es poden defensar tan fàcilment". Aquesta reflexió corrobora les opinions dels autònoms entrevistats en l'apartat professional, alguns dels quals afirmen que la distància -física i emocional- amb la redacció els fa sentir més vulnerables, arribant en alguns casos a no sentir-se representats per alguns dels organismes de defensa professional com ara els comitès d'empresa.

5.2.1.2 Els periodistes davant la precarietat: víctimes o responsables?

Malgrat que els sis experts entrevistats coincideixen en assenyalar que la precarietat és un problema endèmic en el sector, presenten dues visions enfrontades sobre quina responsabilitat tenen els periodistes davant d'aquesta situació: alguns -la majoria- els consideren treballadors víctimes d'un context precari que han d'arribar a finals de mes i que per tant han de quedar exempts de tota responsabilitat, ja que aquesta hauria de recaure exclusivament sobre les empreses; mentre que d'altres opinen que sota cap circumstància es poden utilitzar unes condicions de treball precàries com a argument per a rebaixar els estàndards ètics, i de fet critiquen que han estat precisament la docilitat i el conformisme d'alguns professionals davant les directrius empresarials dos dels factors que han contribuït a rebaixar el prestigi del periodisme i a conduir -en part- de l'actual situació de precarietat.

a) Ni “herois” ni “màrtirs de la democràcia”

La major part dels experts consultats consideren que la precarietat laboral és una amenaça preocupant per a l'ètica periodística, que a més s'ha vist agreujada per un mercat de treball hipercompetitiu i saturat on cada vegada és més complicat trobar un lloc de treball. En aquest context, consideren acceptable que la deontologia pugui passar a un segon pla davant la urgència de cobrir les necessitats més bàsiques: “Si la teva principal necessitat és menjar, o poder tenir un lloc on viure per no haver d'anar sota un pont, llavors sentint-ho molt l'ètica no és el teu principal referent”, reflexiona Neus Bonet, que afegeix: “El primer que vols és salvar el negoci, i si per fer-ho has de titular de forma més espectacular, ho fas”. L'exdegana del Col·legi de Periodistes també adverteix que aquesta necessitat provoca que cada cop més professionals es vegin obligats a acceptar més i més rebaixes en les seves condicions de treball: “Quan em ve algú i em diu que li han ofert un euro per article, independentment del nombre de caràcters, i et diu que ho ha d'acceptar per intentar treure's 300 euros al mes... què li has de dir, a aquesta persona? Que no ho accepti per ètica? Jo no puc dir-li, això”, lamenta.

En termes similars s'expressa la doctora Eva Jiménez, que considera que la precarietat condiona la possibilitat d'exercir un bon periodisme. "Quan estàs preocupat per

sobreviure, per satisfer unes necessitats bàsiques de sou i estabilitat, costa més pensar en altres tipus de qüestions més relacionades amb els ideals i els valors”, reflexiona. A més, opina que l’actual legislació no hi ajuda, sinó al contrari: “Si cada cop les empreses paguen menys, hi ha més inestabilitat i amb la darrera reforma laboral del PP [Partit Popular] els acomiadaments són més fàcils, tot això fa que els periodistes estiguem més preocupats per sobreviure que pel tipus d’informació que oferim a la ciutadania”.

En aquest context, els exdegans del Col·legi de Periodistes Alsius i Bonet, així com el doctor Macià-Barber, consideren que la màxima responsabilitat sobre els continguts que s’acaben emetent o publicant ha de recaure sobre l’empresa periodística i no sobre els periodistes de base, sovint precaris i desprotegits, a qui no es pot exigir que plantin cara als seus superiors perquè la seva situació de precarietat fa que hi tinguin més a perdre que a guanyar: “És una cosa que esgarrija. El becari, el col·laborador que cobra per peça amb unes quantitats ínfimes... és una situació endèmica, permanent, sistèmica, i segur que la gent que es troba en aquesta situació fa el que pot, i no es pot demanar a la gent que siguin herois. No pots demanar-li a ningú que li foti un moc al seu cap, perquè l’endemà hi haurà disposat a fer el mateix però més barat”, assenyala Alsius.

La mateixa paraula, “herois”, utilitza Macià-Barber per referir-se als treballadors que intenten enfrontar-se a les directrius de les seves empreses, a qui considera les màximes responsables dels continguts i, per tant, de garantir l’ètica periodística: “Si l’empresa no funciona d’una manera ètica, és igual que els professionals que hi treballen facin esforços: estan lluitant contra un gegant, i això converteix el seu treball diari en un malson. I no els podem demanar que siguin herois cada dia”, indica. En aquest sentit, subratlla que “de res serveix” que els periodistes es formen en universitats i estudiïn la deontologia si, quan comencen a treballar en una empresa o institució, el clima que s’hi respira no permet desenvolupar aquests objectius: “És més, en alguns casos prima justament tot el contrari, se’t demana que facis una feina per tenir molta audiència, que es generi molta publicitat i que permeti guanyar diners. I aquest, a vegades, és el problema [...]. Si l’empresa no és ètica de principi a fi, malament anem”, reflexiona. De tota manera, Macià-Barber opina que, en el fons, la majoria de professionals opten per fer bé la seva feina, “perquè si no, estarien els jutjats plens de denúncies, i això en realitat no passa”. “Parteixo de la base

que no només tenen el propòsit de fer les coses bé, sinó que també ho fan en el seu dia a dia”, assegura.

Finalment, Bonet també defensa que la precarietat és un factor que pot eximir de responsabilitat els periodistes a l'hora d'exercir la seva feina: “Si tu et plantes davant del teu cap i li dius que no titularàs d'aquella manera, apel·lant a la clàusula de consciència, al cap de cinc minuts estaràs al carrer, i hi haurà una cua de 200 persones o més esperant aquell lloc de treball pel mateix sou o fins i tot menys”, reflexiona. Per això, coincideix en l'anàlisi que la pressió ètica ha de recaure sobre les empreses periodístiques, més que no pas en els seus treballadors: “Se'ns obliga a tenir una ètica, a no cobrar i a viure en circumstàncies molt dures, en una situació gairebé d'esclavatge i a sobre tenint la culpa de tot. Perquè al final, fixa't que sempre es parla dels periodistes i no de les empreses periodístiques. Però nosaltres no volem ser els màrtirs de la democràcia”, afirma.

b) Sense justificació per a una mala praxis

El president del Consell de la Informació, Roger Jiménez, té una opinió discrepant a la majoritària: s'alinea amb les tesis de Picard (2009) i considera que la submissió i la docilitat dels periodistes no són la conseqüència, sinó la causa, de la precarietat laboral que pateix el sector. “La precarització també se la guanyen, alguns [...]. Precarització n'hi ha, d'acord, però s'ha de ser una persona respectable [...]. Montanelli³¹ sempre deia que no coneixia cap editor de premsa que no respectés un periodista de caràcter”, apunta Jiménez. Una figura, que, segons opina, ha anat desapareixent: “En aquella època, un periodista era respectat a la redacció si no era un bord ni un ensopit, i si no es limitava a preguntar què havia de fer. Si tenia iniciativa, si portava informació, si tenia una bona agenda, si sortia al carrer, se'l respectava. En canvi ara, la gent va a toc de xiulet i ningú aixeca la veu”, lamenta.

³¹ Indro Montanelli, periodista italià (1909-2001)

Per aquest motiu, el president del CIC considera que els periodistes s'han de responsabilitzar dels seus actes malgrat trobar-se en una situació de precarietat, de manera que les condicions laborals en cap cas poden ser un argument per justificar un descens dels estàndards ètics. Jiménez, contundent, considera que, com a element intrínsec en la professió, l'ètica ha de ser irrenunciable siguin quines siguin les circumstàncies professionals: “Quan algú em diu que està molt bé parlar d'ètica però que amb el seu sou no s'ho pot permetre, penso que és un error greu, perquè aquesta degradació comença per un mateix i acaba perquè ningú et prengui seriosament: ni els col·legues, ni el públic ni l'empresa, que t'utilitza”, reflexiona. A més, considera que no té sentit condicionar l'ètica a una situació menys precària perquè aquesta potser no arribarà mai: “Mai es donaran les condicions objectives per dir: escolta'm, perfecte, ara ens dedicarem a l'ètica”.

Amb alguns matisos, la doctora Eva Jiménez mostra una visió similar. Des del seu punt de vista, la precarietat s'ha de tenir en compte com un context que ajuda a entendre la realitat amb què treballen molts periodistes, però en cap cas pot servir per justificar una mala actuació professional: “No és una excusa i no serveix per justificar una mala praxi des del punt de vista deontològic, però ajuda a comprendre. Si estàs preocupat per menjar i no tens la capacitat per distanciar-te de la teva situació de necessitat i anar una mica enllà, no podràs pensar en què necessita la ciutadania”, afirma. A més, recorda que la precarietat no només afecta el periodisme, sinó a molts altres sectors professionals, de manera que la societat no pot acceptar una rebaixa generalitzada de l'ètica. “El context s'entén però no justifica. Amb la crisi que hem viscut, i amb la precarietat i inestabilitat que hi ha en aquests moments, podríem justificar que els professionals de qualsevol àrea, no només els periodistes, podrien fer qualsevol cosa, i tampoc és això”, reflexiona.

5.2.2 Reflexions sobre la influència de la precarietat en la deontologia

Aquest segon apartat recull les reflexions dels experts sobre la influència que exerceixen unes condicions laborals precàries en els judicis ètics dels periodistes. Les seves opinions coincideixen àmpliament amb els resultats de l'enquesta i les entrevistes als professionals, ja que consideren que la precarietat es tradueix, sobretot, en una major docilitat dels professionals i una major submissió a les directrius ideològiques de les seves empreses.

Tot i això, també mostren un grau de preocupació més elevat que els mateixos periodistes respecte als creixents conflictes d'interès entre informació i publicitat, deguts sobretot a la forta dependència econòmica dels mitjans respecte als seus anunciants. A més, adverteixen que l'acomiadament dels professionals més veterans està deixant les noves generacions sense referents deontològics, circumstància que pot complicar la supervivència de la professió en el futur.

5.2.2.1 Docilitat i publicitat encoberta, els dos principals reptes

Preguntats sobre quines creuen que són les principals conseqüències de la precarietat laboral en l'ètica periodística, la majoria d'experts coincideix amb els resultats obtinguts tant en l'enquesta com en les entrevistes en profunditat: apunten que l'actual context de precarietat es tradueix, sobretot, en una major docilitat dels periodistes davant les directrius que reben de les seves empreses, ja que molts d'ells accepten limitar la seva llibertat d'expressió amb l'objectiu d'aconseguir o mantenir una situació professional estable i un nivell d'ingressos acceptable. Tot i això, el col·lectiu d'experts també transmet una elevada preocupació per la proliferació de conflictes d'interès entre periodisme i publicitat, una pràctica que segons les dades de l'enquesta és habitual però que en canvi sembla preocupar més en l'àmbit acadèmic i institucional que en professional.

a) Precarietat, submissió i autocensura

Igual que els professionals, els sis experts entrevistats consideren que la principal conseqüència de la precarietat laboral és una major submissió -sigui voluntària o obligada- dels periodistes a les directrius ideològiques de les empreses per a les quals treballen, acompanyada d'una autocensura davant d'aquelles informacions que consideren que poden ser perjudicials per a ells o per als seus respectius mitjans. Els experts també adverteixen, igual que els periodistes, que aquest tipus de dinàmiques perjudiquen greument el periodisme d'investigació, ja que determinades històries d'interès públic poden quedar-se sense sortir a la llum per la por dels periodistes de patir represàlies dins l'àmbit laboral. “La gent pensa que, si no segueixen instruccions, els faran fora. Per tant, la precarietat porta a la docilitat i el conformisme”, adverteix Alsius.

Per a Maciá-Barber, la precarietat laboral és un dels factors que més limita els periodistes a l'hora de defensar els seus punts de vista: “Quan estem en una situació precària i patim pel nostre lloc de treball, quedem exposats a les pressions de qualsevol empresa i és més fàcil que, en alguns casos, el treballador cedeixi”, argumenta. En aquest sentit, considera que les figures de protecció legals, com per exemple la clàusula de consciència, són insuficients, “perquè al final la gent es queda amb la idea que el poden acomiadar o quedar-se amb l'estigma de persona conflictiva dins l'empresa”. Per tant, creu que la precarietat té la tendència a convertir-se en docilitat: “Tinc la sensació que molts cops cedim, i els que tendeixen a cedir més son, lògicament, els que estan en una posició més dèbil”. En aquest context, creu que l'autocensura també és cada vegada més habitual: “Ens acabem preguntant què passarà si parlem de determinat tema, i a vegades no cal que ningú ens digui res, sinó que som nosaltres mateixos els que pensem: *en la situació en la qual estic, no puc publicar aquesta història que va en contra dels interessos de la meva empresa, perquè em puc buscar un problema, o poden trucar al meu cap...* i tot això és fruit de la precarietat”, assenyala. En canvi, apunta que “quan algú té un lloc relativament de segur de feina, una certa estabilitat i un cert prestigi, es pot agafar més llibertats, perquè sap que si passa alguna cosa rebrà protecció o suport”. Aquesta afirmació es correspon amb les opinions expressades pels professionals que treballen per a mitjans de comunicació públics, que com s'ha observat també consideren que el fet de tenir una situació laboral estable els dota d'un major grau de llibertat.

Tot i això, comparades amb els resultats de l'enquesta, les observacions d'Alsius i Maciá-Barber resulten ser només parcialment certes. Les xifres obtingudes indiquen que, efectivament, alguns dels periodistes en situació més precària -com els més joves, els treballadors de mitjans digitals i els ajudants de redacció- presenten també els índexs més baixos de llibertat a l'hora de treballar; però s'ha observat que l'existència d'un mercat laboral precari també condiciona els professionals amb millors salaris i un grau més elevat d'estabilitat, ja que molts d'ells també estan disposats a fer determinades renúncies per tal de poder-los conservar.

b) Periodisme, publicitat i conflictes d'interès

Les entrevistes als experts també permeten detectar una especial preocupació d'aquest col·lectiu per la proliferació de conflictes d'interès. Segons indiquen, cada vegada hi ha més periodistes que tenen vincles comercials amb altres empreses -especialment relacionades amb la publicitat-, de manera que els continguts informatius que produeixen poden estar condicionats per aquests altres interessos econòmics. Aquesta és, també, una de les pràctiques habituals més mencionades pels periodistes en l'enquesta, tot i que en les entrevistes en profunditat els professionals no hi han mostrat una excessiva preocupació. Es tracta, doncs, d'una qüestió que sembla preocupar més als experts que als mateixos periodistes.

Per a Alsius, l'imperatiu de separar informació i publicitat és una de les claus de l'ètica periodística. “El meu primer carnet del Col·legi de Periodistes, on vaig entrar l'any 1974 [...], era com una llibreta de pell, amb lletres daurades, i a l'última pàgina hi posava, en castellà: *Se recuerda al portador de este carnet que el ejercicio del periodismo es estrictamente incompatible con el de la publicidad*”. Això és la mare dels ous del codi deontològic”, afirma. Malgrat això, Macià-Barber apunta que la barreja entre periodisme i publicitat és cada cop més freqüent en el context econòmic actual, en què l'escassetat del pagament per continguts provoca una gran dependència econòmica de mitjans i periodistes respecte als anunciants. Des del seu punt de vista, es tracta d'una pràctica molt nociva per al prestigi de la professió: “Quan veig un periodista que fa publicitat, penso: *Si aquest senyor, que és tan salat i que té un prestigi, em diu que els caldos de pollastre són maravillosos perquè el paguen, quan surti a donar la cara als informatius, per què no pot sortir a dir que el Corte Inglés és meravellós perquè el paguen? M'entren els dubtes*”, afirma.

Una altra qüestió és la gestió de la publicitat que realitzen tant els mitjans com alguns periodistes en l'àmbit personal. Segons han expressat alguns professionals en les seves entrevistes, no és infreqüent que un periodista hagi de compaginar alhora la tasca informativa amb la recerca d'anunciants, amb el consegüent conflicte d'interès que això pot suposar. En aquest sentit, Roger Jiménez alerta que alguns mitjans sobrepassen, de

llarg, els límits morals: “Hi ha diaris digitals, per exemple, que es dediquen a extorsionar poders públics, sobretot municipals, en el sentit de dir-los: no publicarem res de la festa major si no ens poseu un anunci”, lamenta. A més, el president del CIC alerta de pràctiques com l’enviament de regals d’empreses a periodistes, malgrat que ara es realitzen de forma més discreta que anys enrere per tal d’evitar que transcendeixin a l’opinió pública: “Ara ja no s’accepten aquelles paneres tan escandaloses que arribaven abans a les redaccions dels diaris, sinó que s’opta per enviar-les al domicili particular de la gent, sobretot per Nadal: electrònica de gamma alta i altres coses d’escàndol”, explica. Per a Roger Jiménez, acceptar aquest tipus de regals també acaba limitant la llibertat d’expressió dels periodistes: “Si accepten tot això, quina capacitat de reacció tindran quan aquella empresa, polític o entitat que li ha enviat regals cometi alguna irregularitat? Com ho explicaran, si és que ho expliquen?”, es pregunta.

5.2.2.2 Fórmules de transmissió de l’ètica periodística

Un dels fenòmens que més preocupa als experts és la percepció i aplicació de la deontologia per part dels professionals més joves, al témer que aquest col·lectiu pugui tenir una actitud més laxa a causa de dos aspectes ja comentats prèviament: la manca de formació ètica durant la seva formació universitària i la desaparició dels professionals més veterans, que ha deixat moltes redaccions mancades de referents.

a) L’actitud dels més joves, focus de preocupació

Malgrat que els resultats de l’enquesta mostren que els professionals més joves -que sovint són els més precaris- presenten els índexs més elevats de pràctiques considerades poc ètiques, les entrevistes en profunditat revelen que aquest col·lectiu sí que està conscienciat sobre la importància de la deontologia, encara que sigui d’una forma més individual i intuïtiva que no pas a partir dels codis deontològics i altres elements d’autoregulació. Alguns experts, tanmateix, es mostren preocupats pel grau de consciència deontològica dels professionals que es troben en els inicis de la seva carrera, al considerar que està molt per sota del que seria desitjable per garantir el futur de la professió.

Roger Jiménez mostra una especial preocupació per la manca tant de coneixements com d'ètica que, a parer seu, pateixen els actuals estudiants de periodisme. “Un dels motius pels quals els joves senten un cert despreci o despreocupació per l'ètica i els codis deontològics és que ni tan sols saben què va ser la Guerra Freda. Un cop, una alumna, em va dir que Felipe González era el president de Costa Rica [...]. I és clar, després no paren de sortir veus que parlen de precarització, però amb aquestes confusions mentals i amb aquesta cultura, què vols... A més, no llegeixen diaris”, considera. Eva Jiménez coincideix en detectar una falta d'interès per l'ètica periodística entre els seus alumnes: “Alguns em diuen que és fàcil, que s'aprova amb els ulls tancats, i això a mi em posa molt nerviosa, perquè jo sempre insisteixo molt en la importància d'aquest assumpte. Per a mi, és la clau de la professió”.

Alsius, per la seva banda, s'hi mostra només parcialment d'acord. Per una banda, considera que la consciència ètica de les noves generacions és més laxa, ja que “el seu lliandar sobre què és correcte i què no ho és ha canviat”; però també opina que la preocupació per l'ètica continua existint, perquè “és una de les coses que defineix la carrera”. “El periodisme, per davant de tot, consisteix a dir la veritat de les coses, i jo crec que això encara està bastant en l'ADN de la professió, inclosa la gent jove. Si no, ja no trien aquesta professió”, apunta.

b) Necessitat de reforçar les assignatures sobre deontologia

Igual que havien apuntat alguns professionals, entre els experts també hi ha la percepció que l'ètica periodística no és una assignatura fonamental en els plans d'estudis de molts graus en Periodisme, fet que representa una mancança formativa. Per a Alsius, un dels problemes és que la deontologia es va incorporar de forma tardana a la formació universitària en Periodisme: “Que hi hagi assignatures d'ètica a les facultats és una cosa relativament recent, perquè durant molts anys no n'hi va haver”, recorda. Eva Jiménez afegeix que l'ètica periodística no tan sols va arribar tard als plans d'estudis, sinó que en cap moment se li ha donat la importància que mereix: “Una sola assignatura d'ètica i deontologia és insuficient, perquè hi ha una descompensació: en els plans d'estudis guanyen per majoria les assignatures teòriques i tècniques, però es dona molt poc pes a

l'ètica", considera. A més, afirma que, en molts casos, els alumnes que cursen les assignatures d'ètica tenen la sensació que és "avorrida o molt fàcil, una maria", de manera que no se les prenen seriosament. "Això vol dir que hi ha molt marge de millora [...]. No sé per què, l'ètica no és una prioritat per a algunes facultats i per a alguns professors", opina. La seva opinió es correspon amb l'expressada per la professional més jove en les entrevistes en profunditat, que també advertia de la falta d'assignatures sobre deontologia en el grau de Periodisme. De tota manera, creu que la deontologia no s'hauria de limitar només a una assignatura: "Si tota la facultat no té una mateixa línia, una coherència i uns valors clars, al final hi haurà contradiccions i acabarà guanyant el sistema", adverteix.

Per a Eva Jiménez, aquesta escassa formació en matèria deontològica és una de les causes que les noves generacions de periodistes tinguin un sentit més individualista de la professió, i que per tant no sentin la necessitat d'associar-se i fer front comú davant dels problemes compartits, com pot ser la precarietat: "Sovint s'agafa una postura molt individualista, que no veu el context, les circumstàncies i la possibilitat de fer coses junts", assenyala. Es tracta d'un sistema que contribueix a perpetuar, doncs, el sentit individualista de l'ètica que com s'ha observat tenen la majoria de participants, que responen majoritàriament a la seva moral individual en lloc dels valors ètics col·lectius com a professió i que debilita alhora el seu grau d'adhesió als organismes de representació col·lectiva.

c) La dificultat de mantenir referents

Més enllà dels dèficits en la formació universitària, els experts consideren que els ja mencionats acomiadaments de professionals veterans a través d'expedients de regulació d'ocupació i/o prejubilacions impedeixen que els joves puguin continuar amb la seva formació deontològica un cop finalitzat el seu pas per les aules, ja que les redaccions estan cada vegada més buides i mancades de referents. Tal com havien apuntat alguns dels professionals en les seves entrevistes i corrobora també Alsius, les redaccions eren antigament "escoles d'ètica" on els més veterans transmetien el seu coneixement als més joves en el dia a dia de les redaccions: "Anaves imbuint-te a poc a poc d'una sèrie de valors que després et queden per tota la vida", recorda Alsius sobre els seus inicis

professionals. En canvi, lamenta que ara aquesta transmissió de coneixement ja no es produeix, ja que les redaccions són més petites, hi predomina la gent jove i molts d'ells són autònoms, de manera que treballen des de casa i per tant disminueix el seu grau de socialització: “Abans hi havia gent que tenia un criteri professional i sabia quines maneres d’operar eren acceptables i quines no [...]. Ara, amb redaccions atomitzades i llocs de treball unipersonals amb dues o tres persones, totes joves, és molt més complicat fer aquesta transmissió de valors”, adverteix. Una situació que, des del seu punt de vista, és poc probable que es pugui revertir, “perquè les redaccions grans, amb 80 persones treballant-hi, estan acabant-se”. L’opinió d’Alsius coincideix plenament amb l’expressada per alguns dels professionals més veterans en les seves entrevistes, que estan altament preocupats per aquest trencament de la cadena de transmissió de coneixement deontològic i professional.

5.2.3 El difícil equilibri entre l’autoregulació i la llibertat d’expressió

Amb relació als instruments més idonis per a defensar un periodisme digne -és a dir, per garantir continguts de qualitat i unes condicions laborals acceptables per als seus professionals-, els experts consultats prioritzen els elements d’autoregulació i rebutgen l’existència d’organismes amb capacitat sancionadora, perquè consideren que podrien obrir la porta a l’arbitrarietat de criteris i, per tant, a la censura, tot limitant així la llibertat d’expressió. En una línia similar, els experts també rebutgen la proposta formulada per alguns professionals d’establir una col·legiació obligatòria per a tothom que vulgui exercir el periodisme, en considerar que la iniciativa no generaria suficient consens en un context en què existeixen diverses entitats amb línies ideològiques molt allunyades entre si a l’hora de defensar la professió. Tot i això, sí que defensen la necessitat d’aconseguir una major implicació de les empreses en la defensa de l’ètica professional.

5.2.3.1 L’autoregulació, la millor via

Els experts consultats consideren que la llibertat de premsa ha de ser un element imprescindible i prioritari en una societat democràtica, de manera que la majoria defensa l’autoregulació com el millor sistema per a garantir l’ètica periodística i rebutja qualsevol tipus de regulació legal i/o sanció perquè considera que seria obrir una porta a

l'arbitrarietat que més endavant podria conduir a la censura. Tot i això, mentre Alsius i Bonet defensen la validesa i utilitat d'elements d'autoregulació –especialment el codi deontològic del Col·legi de Periodistes-, Roger Jiménez coincideix més amb la visió dels professionals i subratlla que l'ètica és una qüestió moral de caràcter individual, de manera que considera més important l'ètica personal de cada professional. Eva Jiménez, per la seva banda, és l'única que no tanca la porta a una possible regulació legal, tot i que opina que hauria de ser “de mínims”.

Alsius i Bonet, com a exdegans del Col·legi de Periodistes, fan una defensa aferrissada del seu codi deontològic. Per a Alsius, s'ha convertit en el millor substitut possible de la desapareguda transmissió d'ètica a les redaccions. “Ara que la professió està tan dispersa, convé que hi hagi una mena d'*envàs* que reculli d'alguna manera aquests criteris i principis; i de moment no s'ha inventat cap fórmula millor que *envasar-los* d'aquesta manera per anar-los recordant”, assenyala. Bonet, per la seva banda, en defensa la validesa i utilitat tot i admetre que a vegades la precarietat laboral en dificulta el compliment: “Des del Col·legi hi hem treballat molt des de fa molts anys, i els més de 4.000 membres que en formem part ens comprometem a complir-lo i a fer-lo extensiu [...]. Per tant, hi ha ganes de fer bé les coses, però que llavors s'acabi fent un compliment estricte del codi és molt difícil”, assenyala. En aquest sentit, reitera que els periodistes de base ho tenen complicat per resistir-se a les directrius que reben dels seus superiors, per la precarietat amb què treballen però també per les presses de la voràgine informativa: “Hi ha un moment que quan des de la redacció et diuen: *volem, volem, volem*, com a treballador que estàs al carrer ho fas”, admet. Tot i això, considera positiu que, en el fons, la majoria de professionals s'acabin qüestionant el rerefons ètic de les seves decisions: “Quan va haver-hi els atemptats de Barcelona i Cambrils, la gent treballava en situacions tan extremes i de tanta gravetat que van tensar el codi deontològic, perquè no podien estar pensant què feien a cada moment. Però és cert que després hi va haver molts debats sobre si s'havia fet bé o no; per tant, hi ha una consciència col·lectiva sobre com hem de fer les coses”, reflexiona.

Per contra, Roger Jiménez opina que elements d'autoregulació com els codis deontològics o els llibres d'estil han quedat obsolets i que l'ètica és una qüestió personal, “que es viu

o no es viu”. “Els llibres d’estil i els codis deontològics estan plens de pols sota l’ordinador, ni tan sols te’ls mires. I tampoc cal que t’hi obsessionis, perquè ja saps perfectament que no pots pagar per la informació, que no et pots deixar subornar, que no pots rebre un viatge gratis...”, reflexiona. En canvi, com a president del CIC, defensa el paper d’aquest organisme per garantir la qualitat dels mitjans de comunicació. “Estic satisfet perquè tenim el suport d’un seguit de mitjans de comunicació i cada cop s’incorporen més blocs, xarxes, webs... i això és un bon senyal”, considera.

En canvi, Eva Jiménez és l’única experta consultada que observaria amb bons ulls una mínima regulació per part de l’Estat. “La deontologia té l’eficàcia que té; si no ja seria una qüestió de dret. I aquesta és alhora la seva grandesa i la seva misèria”, assenyala. En aquest sentit, considera que per protegir l’ètica i la qualitat del periodisme “potser caldria una regulació de mínims, molt mínims, en la qual poguéssim posar-nos tots d’acord [...]”. Puntualitza, tanmateix, que la intervenció de l’Estat hauria de ser extremadament limitada i destinada únicament a forçar el compliment dels principis ètics per part de les empreses: “Si es pogués arribar a una regulació que digués: com a mínim, l’empresa ha de reconèixer aquests aspectes i hi ha d’haver aquest instrument per complir-los, estariem parlant d’una qüestió legal que seria molt legítima i necessària”, explica.

5.2.3.2 Rebuig a la capacitat sancionadora

Més enllà de defensar l’autoregulació com la millor via per a protegir la deontologia, la majoria d’experts també descarta la possibilitat que organismes com el Col·legi de Periodistes o el Consell de la Informació puguin imposar sancions als mitjans o periodistes que incompleixin amb els principis ètics de la professió, ja que consideren que això posaria en risc la seva llibertat d’expressió. “Jo no soc gaire de posar sancions, perquè en alguns casos a les empreses els surt més a compte pagar la multa i seguir fent el que volen. Jo crec que és més una tasca pedagògica, a banda que hi ha una qüestió clau: qui posa el picarol al gat i decideix què és i què no una *fake news*?”, reflexiona Bonet. En aquest sentit, l’exdegana dels periodistes catalans considera que seria “molt difícil” determinar quin organisme i/o institució disposa d’aquesta capacitat sancionadora, perquè hi hauria el perill que es limités a elaborar “una llista de bons i dolents”. “És molt difícil,

i aquí mai ningú es posarà d'acord, perquè et preguntes: qui ha de sancionar i en funció de quina visió?”, es pregunta. Tot i això, Bonet té molt clar que no hauria de ser el Col·legi de Periodistes qui assumís aquesta responsabilitat: “Jo no tinc per què fer el paper de policia, no és el nostre paper, ni tenim estructura per fer llistes de bons i dolents. Hi ha una cosa que es diu llibertat de premsa i per això la mateixa notícia, vista en diferents capçaleres, té diferents tractaments”, afirma. Tot i això, també admet que alguns mitjans s'aprofiten d'aquesta llibertat per manipular les informacions que publiquen: “Això és una cosa, i una altra és saltar-se sistemàticament els codis ètics més bàsics”.

Roger Jiménez s'expressa en uns termes molt similars, i també rebutja que el CIC pugui arribar a tenir capacitat sancionadora perquè vaticina que no seria una mesura gens ben acollida per la professió. “Crec que no hi ha d'haver capacitat sancionadora, perquè entre altres coses crees un estat d'opinió molt negatiu, ja que les empreses pensarien que volem fer de guardians”, assenyala. Amb tot, defensa el paper autoregulator del CIC perquè, d'aquesta manera, s'evita una intervenció de l'Estat que podria ser perjudicial per a la llibertat d'expressió: “Fem el que fem per evitar que els poders polítics es facin càrrec dels mitjans [...]. A tots els països, fins i tot en les democràcies de més tradició, els governs senten la temptació de controlar la premsa”, adverteix. Per això, malgrat admetre que el CIC és una institució no prou reconeguda per la ciutadania, considera que la Unió Europea està cada vegada més conscienciada per garantir la qualitat de la informació i lluitar contra les notícies falses, i creu que els consells de premsa dels països que en formen part tindran un paper rellevant a l'hora d'aconseguir-ho.

5.2.3.3 La necessitat d'implicar les empreses

Un cop assumit que les sancions no són la millor fórmula per fer complir amb la deontologia, pel seu evident risc sobre la llibertat d'expressió, els doctors Alsius i Macià-Barber proposen buscar fórmules alternatives per implicar les empreses en la defensa de l'ètica periodística, de manera que no tota la responsabilitat recaigui en el professional. “El concepte d'autoregulació també hauria d'apel·lar a les empreses”, considera Alsius, que recorda que des del Col·legi de Periodistes es va voler impulsar un CIC amb “tres potes” –societat, professionals i empreses-, però lamenta que les empreses, amb els anys,

se n'hagin anat desvinculant per falta d'interès. “S’han deixat d’asseure al Consell i se n’han anat desentenent. Assumeixen pagar i prou, tot i que cada vegada els costa més. Per tant, s’hauria d’aconseguir que el concepte d’autoregulació atragués també a les empreses”, opina. Així doncs, malgrat la vigència de la institució defensada per Roger Jiménez, s’observa la necessitat d’aconseguir una major implicació per part de les empreses, ja que sense elles serà impossible garantir que els mitjans compleixin amb els estàndards ètics desitjables.

Macià-Barber proposa una fórmula per aconseguir aquesta major implicació: un “segell de qualitat” que permeti identificar les empreses que realitzen bones pràctiques i que els doni un valor afegit de cara a la ciutadania. D’aquesta manera, indica, els clients –és a dir, els consumidors de mitjans- disposarien d’un sistema que els garantís que aquella informació ha estat sotmesa a un control de qualitat, fet que els podria guiar a l’hora d’escollir entre uns mitjans i altres. En aquest sentit, l’investigador indica que a Espanya s’han impulsat algunes iniciatives d’aquest tipus, però subratlla que de moment són només “voluntarioses”. Hi hauria, per tant, un llarg camí per recórrer, tot i que per garantir-ne l’efectivitat caldria, tal com apunten els professionals, aconseguir una major valoració de la qualitat informativa per part de la ciutadania i que una part significativa de la població estigués disposada a pagar per accedir a continguts de qualitat.

5.2.3.4 La col·legiació obligatòria, poc factible

El fet que la filiació al Col·legi de Periodistes no sigui obligatòria per poder exercir la professió a Catalunya ha estat, com s’ha observat en el marc teòric, objecte de nombrosos debats. En el cas dels experts entrevistats, la majoria veu molt complicat que dins l’actual marc laboral es pugui establir a hores d’ara la col·legiació obligatòria. Fins i tot els exdegans del Col·legi, Alsius i Bonet, consideren que no és una proposta realista. “No és factible. En el seu moment ja es va intentar, durant la creació del Col·legi, però hi va haver una persona que ho va recórrer al·legant que això atemptava contra la llibertat de premsa. Se li va donar la raó i per això no és de col·legiació obligatòria sinó voluntària”, recorda Bonet. Aquesta circumstància fa que, malgrat ser un col·legi professional, en realitat el Col·legi funcionin més aviat com una associació: “Tot i que estem creats per

una llei del Parlament de Catalunya, a efectes pràctics som com una associació a la qual s'apunta lliurement qui vol", explica Bonet. En aquest sentit, l'exdegana admet que "és molt dur dir-ho, però nosaltres treballem pels nostres col·legiats", de manera que tots els professionals que decideixen no col·legiar-se queden fora de la seva empara i del seu àmbit d'influència.

Alsius, tot i haver-lo presidit, es mostra més crític amb la figura del Col·legi i considera que no és el millor instrument per defensar els drets de la professió, sinó que la fórmula més idònia és la d'un sindicat. "Jo vaig estar a la gènesi del Col·legi i sé a què respon: era una època de gran prestigi democràtic dels col·legis professionals, i era la manera més ràpida d'organitzar-se a nivell català i superar les antigues associacions de la premsa", recorda Alsius. Mirant enrere, però, creu que hauria estat millor la creació d'un sindicat: "Que els periodistes no són assalariats? Per què han de ser col·legi professional? Els metges i els advocats, si ho fan, és per altres raons. Però els periodistes són uns simples treballadors, per tant, el sindicat seria la millor forma de defensar els seus drets", afirma. En aquest sentit, cal remarcar l'existència del Sindicat de Periodistes de Catalunya, nascut l'any 1993, però que no ha assolit la mateixa rellevància social ni representativa del Col·legi. Macià-Barber, per la seva banda, té una visió complementària a la d'Alsius i subratlla que, en el fons, els periodistes es col·legien més sovint pels beneficis pràctics que els ofereix la institució –per exemple, les assegurances mèdiques– que no pas per la defensa professional.

Finalment, Eva Jiménez, professora i membre del Sindicat de Periodistes, és, de nou, l'única experta consultada que no descarta la possibilitat d'establir una col·legiació obligatòria, tot i que també adverteix que caldria un consens molt gran entre la professió. Segons recorda, l'any 1985 es va tirar enrere aquesta possibilitat, però creu que "els climes socials canvien". "Abans hi havia gent que pensava que la millor llei de periodisme és la que no existeix, i ara ja veuen que sense una mínima regulació les empreses no canviaran res. Entre 1985 i 2018 es pot haver produït un canvi de mentalitat, però hem d'anar tots a una [...]. Hi ha d'haver molt de consens i s'ha de mirar bé", considera. L'actual clima de la professió, tanmateix, amb la divisió existent entre el Col·legi de Periodistes, el Sindicat de Periodistes i altres associacions de periodistes existents a

Catalunya (Grup de Periodistes Ramon Barnils, Grup de Periodistes Pi i Margall, Associació de Periodistes Europeus a Catalunya, Associació de Dones Periodistes...), algunes de les quals defensen línies ideològiques molt allunyades entre si, fa difícil pensar que es pugui arribar al consens necessari per establir una mesura d'aquestes característiques. De fet, la pròpia Eva Jiménez lamenta que ni tan sols els dos principals col·lectius de defensa de la professió, el Col·legi i el Sindicat de Periodistes, siguin capaços d'unir esforços: "Les institucions que defensem els periodistes anem molt per separat. Em crida l'atenció que amb una crisi tan forta com la que hem viscut, amb tants acomiadaments i rebaixes en les condicions laborals, no haguem sapigut unir-nos, fer-nos forts i lluitar junts", critica. De fet, considera que aquesta desunió pot ser una de les causes que expliquin el baix nivell de afiliació: "Pot ser que els periodistes ho hagin vist i hagin pensat que aquí tothom defensa els seus interessos i els seus beneficis, però que ningú pensa en el col·lectiu. Perquè amb la que ha caigut, el fet que seguim cadascú pel seu costat no parla gaire bé de les associacions de periodistes", adverteix.

5.2.4 Perspectives de futur

Aquest darrer bloc analitza les perspectives de futur que els experts vaticinen al periodisme, que igual que en el cas dels professionals, són de caràcter majoritàriament pessimista. En primer lloc, adverteixen que l'individualisme de molts professionals s'ha convertit en un problema per a l'articulació d'una lluita col·lectiva, però consideren que recuperar la confiança de la ciutadania i obrir nous nínxols de mercat seran imprescindibles per a garantir el futur de la professió; que de tota manera preveuen precari.

En primer lloc s'analitza quin és el paper de la ciutadania –com a consumidora de la informació- respecte al model dels mitjans de comunicació, àmbit en el qual els experts advoquen per la necessitat de conscienciar la ciutadania que és necessari pagar per la informació de qualitat. En segon lloc, els experts defineixen quins poden ser els principals nínxols de mercat per als futurs periodistes –especialment la comunicació corporativa i l'emprenedoria digital- i, finalment, s'ofereixen unes consideracions finals sobre el futur

del periodisme, que alguns contempen amb optimisme i altres amb molta més preocupació.

5.2.4.1 L'individualisme, un hàndicap per a la lluita col·lectiva

Més enllà de la falta de consens entre les associacions i els organismes que treballen en defensa del periodisme, el fet que la col·legiació no sigui obligatòria ha derivat en un creixent individualisme de la professió que dificulta a aquests organismes assolir una xifra de membres prou elevada que els doni la força necessària per articular una resposta conjunta en defensa l'ètica periodística i de les condicions laborals dels seus treballadors. Amb l'actual situació del periodisme, on les redaccions estan cada cop més buides, amb un treball més atomitzat i on els organismes com comitès d'empresa o consells professionals s'han vist debilitats, els experts opinen que la tendència a l'individualisme seguirà a l'alça i debilitarà tant el periodisme com els seus professionals.

Per al president del CIC, Roger Jiménez, el periodisme és, en essència, una professió individualista. “Només s'és gregari quan algú es veu amenaçat, davant d'algun esdeveniment que surt del normal, però no és un ofici col·lectivista en el sentit de solidaritat”, assenyala. En aquest sentit, considera que és precisament la manca d'implicació dels mateixos professionals en la defensa de l'ètica el que ha contribuït a rebaixar-ne el prestigi: “No veus una massa crítica de gent que vulgui participar de les mateixes idees i que defensi el que tots volem: una premsa cada vegada més lliure, amb més qualitat, amb més prestigi, que digui millor les coses i que treballi millor”. Bonet, exdegana del Col·legi, s'hi mostra d'acord, i creu que la falta d'implicació col·lectiva és un dels factors que impedeix avançar en la lluita contra la precarietat: “El periodisme sempre ha estat una professió molt individualista, i a qui ja té la vida solucionada no l'interessa gaire resoldre la vida dels altres”, lamenta. Aquesta opinió coincideix amb l'expressada en l'apartat anterior per la Irene, una de les professionals en situació menys precària, que admet que mai s'ha col·legiat perquè no n'ha vist la necessitat.

Per a Bonet, però, la lluita contra la precarietat i la defensa de la professió hauria d'oblidar qualsevol egoisme i unir tots tipus de periodistes, tant els que gaudeixen de bones condicions de treball com els que no, però admet que sovint això no sempre succeeix: “La precarietat és una cosa que a mi, gràcies a Déu, no m’afecta, però estic aquí dedicant el meu temps i les meves hores perquè penso que hi ha d’haver una certa solidaritat i una certa unió, perquè si no, no farem mai res. Però és clar, no puc obligar ningú a pensar el mateix”, subratlla. Tot i això, també és conscient que, en alguns casos, és la mateixa precarietat econòmica la que impedeix a alguns periodistes poder col·legiar-se, ja que no poden ni assumir la quota: “Hi ha gent que realment necessita els 50 euros que costa la col·legiació cada trimestre. Hi ha gent que m’ha vingut a dir, especialment dones, que és el menjar dels seus fills, i si han d’escollir, òbviament els diners se’n van al menjar”, lamenta.

També Eva Jiménez, membre del Sindicat de Periodistes de Catalunya, creu que hi ha una crisi de filiació, tant al sindicat com al Col·legi. “Jo soc de les que estic convençudíssima que units aconseguirem més coses que per separat, però és cert que hi ha una crisi d’associacionisme en general: no es creen llaços forts, cadascú tira pel seu costat... i al final acabem tots perjudicats, inclosos els ciutadans”, reflexiona. En aquest sentit, considera que el periodisme no només és una professió individualista, sinó també egocèntrica: “Ens conformem amb signar, amb què surti el nostre nom en una publicació [...]. Ens conformem perquè aquest tipus de coses ens alimenten l’ego”, lamenta. Alsius, finalment, és qui més pessimista es mostra respecte a la possibilitat que aquest individualisme es pugui revertir, perquè creu que ja és massa tard. “Abans hauria dit que sí, que si hi havia alguna fórmula era el sindicat [...]. Però ara ho veig molt complicat. Superar la digressió actual per crear una professió periodística forta, que pugui defensar-se de tots els danys i perills... ho veig molt difícil”, conclou.

5.2.4.2 Recuperar la confiança de la ciutadania

En la línia expressada pels professionals en les seves entrevistes qualitatives, els experts també consideren que la ciutadania jugarà un paper clau en la futura evolució del periodisme. Però així com els periodistes en actiu consideren que la principal urgència és

dotar la ciutadania d'una major educació mediàtica per ajudar-la a discernir entre la informació de qualitat i les notícies falses, els experts apunten que la responsabilitat ha de ser compartida i que els mitjans han de ser més contundents a l'hora d'evitar la difusió de rumors i notícies falses. Tot i això, els experts sí que coincideixen amb els professionals en afirmar que és imprescindible conscienciar la ciutadania de la necessitat de pagar per continguts de qualitat, ja que no només és una fórmula per garantir la supervivència econòmica de les empreses sinó també per blindar-ne la independència.

a) Enduriment de la lluita contra les notícies falses

Els experts consideren que la precarietat que viu actualment el sector del periodisme té, en part, les seves arrels en la creixent desconfiança que sent la ciutadania envers els mitjans de comunicació, ja que n'ha decaïgut el prestigi i per tant la predisposició de moltes persones per consumir -i, sobretot, pagar- els continguts informatius. En aquest sentit, tot i estar d'acord amb els professionals en què cal dotar la població d'una millor educació mediàtica, apunten que els mitjans de comunicació i els periodistes que hi treballen també han d'assumir la seva part de responsabilitat, ja que fins ara no s'han dotat de suficients recursos per garantir la qualitat de les informacions publicades. Per al president del CIC, Roger Jiménez, es tracta d'un "abandó" mutu: "El públic va abandonant els mitjans de comunicació, però els mitjans també estan abandonant el públic", assenyala.

Diversos experts es mostren, doncs, crítics amb el paper de molts mitjans de comunicació, a qui acusen d'haver estat massa tebis en la lluita contra la desinformació i les notícies falses, i consideren que això ha danyat considerablement el prestigi de la professió davant la ciutadania. "En la mesura que hi ha coses que circulen per les xarxes i que els periodistes convertim en notícia i després resulta que eren una invenció o una falsedat, crec que els ciutadans es preocupen", reflexiona Macià-Barber. Bonet hi està d'acord: "S'ha de fer una tasca molt pedagògica, perquè els periodistes hem caigut en un descrèdit general que hem de treballar per recuperar", afirma. Per això, l'exdegana del Col·legi adverteix que els periodistes -entre els quals s'inclou- "hem de fer autocrítica i fer millor la nostra feina: la pressa de les xarxes socials, la seva rapidesa i immediatesa i el ritme de

difusió que té la informació ens està fent perdre l'essència de la nostra feina, que és bàsicament contrastar les fonts". La doctora Eva Jiménez, per la seva banda, també creu que la credibilitat periodística ha experimentat una evolució negativa en els darrers anys: "Hi ha estudis sociològics que diuen que, després del franquisme, els periodistes teníem una credibilitat molt alta i que l'opinió pública tenia en alta estima els professionals de la informació, però amb els anys ha anat baixant i hem entrat en una crisi de credibilitat", apunta. Però malgrat considerar que estem "en un moment especialment difícil, ja que la crisi ha afectat les condicions laborals i això pot condicionar l'ètica", apunta que la crisi de credibilitat "ja venia d'abans", de manera que es tracta d'un problema endèmic per a la professió.

Per aconseguir resoldre aquesta crisi de confiança, Macià-Barber posa en valor la credibilitat com a principal actiu del periodisme: "Aquesta és l'única línia correcta: si no se'ns creu, estem perduts", adverteix. A més, igual que alguns dels professionals entrevistats, creu que la ciutadania valora positivament els mitjans que ofereixen una informació de qualitat: "A mesura que els mitjans publiquen coses que després es confirma que són veritat, això també reforça la credibilitat [...]. Quan la ciutadania té la sensació que allò que li expliquen és veritat, que els periodistes no s'ho inventen ni és una campanya, sinó que s'han dedicat a explicar la veritat malgrat que era difícil o arriscat, això reforça molt la confiança", assenyala. Per tant, conclou que "al final, el que es valora és la reputació i la credibilitat, l'honestedat". Al seu costat, Eva Jiménez també considera que la credibilitat i la confiança són dues de les característiques que la ciutadania aprecia en els mitjans: "Quan la gent es queixa que els mitjans manipulen, o tergiversen les coses, o que no hi ha pluralitat... al final, què ens estan dient? Doncs que volen professionals de qui volen poder fiar-se. És a dir, volen professionals ètics, encara que no ho formulin d'aquesta manera", assenyala.

Bonet, per la seva banda, apunta que una altra de les claus perquè els mitjans recuperin la confiança de la ciutadania resideix en recuperar l'essència del periodisme, basada en oferir una informació veraç, contrastada i independent, en lloc de limitar-se a alimentar línies de pensament únic que sovint porten als mitjans a acostar-se perillosament a la propaganda: "Ens estem acostumant a donar només *pinso* a la gent, i això no pot ser [...].

A la gent, el que hem de fer és recuperar la credibilitat i poder dir-li: *Miri, això està contrastat amb aquelles fonts i aquelles altres, de manera que és així i no hi ha més*”, apunta l'exdegana del Col·legi de Periodistes.

b) Un major grau d'educació mediàtica

Malgrat atribuir als periodistes i mitjans de comunicació part de la responsabilitat en l'actual crisi de confiança envers la ciutadania, alguns experts apunten que la societat també hi té una part de culpa, al no ser prou exigent amb els continguts que consumeix i estar mancada, en molts casos, d'una bona educació mediàtica. “Jo n'estic fart, en els grups de missatgeria en què participo, de dir a la gent que si us plau comprovi el que està enviant. És gent que llavors critica els periodistes per ser uns mentiders, però ells no paren de reproduir i enviar coses incertes”, assenyala Salvador Alsius. Roger Jiménez comparteix aquesta diagnosi i demana més responsabilitat a la ciutadania: “Molta gent ja se sent informada amb un tuit o amb les xarxes socials, i prefereix beure d'aquestes fonts en lloc d'informar-se detalladament en una premsa que hauria de ser –tot i que no tota ho és- explicativa, fonamentada, amb bons opinadors i intèrprets de la realitat”, lamenta. Així doncs, creu que és imprescindible motivar aquest públic a consumir continguts de qualitat, “perquè si no tenim un públic conscient de la necessitat d'una premsa de qualitat, estem perduts”. Per tal de fer front a aquesta situació, Neus Bonet explica que des del Col·legi de Periodistes estan impulsant diversos programes d'educació mediàtica: “Amb el Consell de l'Audiovisual estem engegant un projecte a les escoles per formar ciutadans crítics, i fa nou anys que tenim el programa Premsa a les Escoles per ajudar la ciutadania a discernir, que aprenguin que el fet de crear una pàgina web i posar-li Catalunya News no vol dir res. A la gent se li ha d'explicar que això no és periodisme”, recorda.

Un altre aspecte en què els experts es posen majoritàriament d'acord és que cal conscienciar la ciutadania que la informació de qualitat té un preu i que, per tant, cal estar disposat a pagar per accedir-hi. Així doncs, comparteixen l'opinió dels professionals i consideren que la implantació de murs de pagament en els portals digitals és imprescindible per garantir la supervivència de determinats mitjans en un context en què les vendes de mitjans escrits continuen a la baixa i la publicitat generada en els digitals

és insuficient per fer front a totes les despeses. Consideren urgent, doncs, la necessitat de trobar un model de negoci viable per a la informació en l'entorn digital. Per a Roger Jiménez, l'obtenció d'aquest model de negoci és un dels grans reptes de la professió, i lamenta que les empreses no hagin estat capaces fins ara de traçar estratègies conjuntes. “La situació del periodisme ha empitjorat no només per la crisi, sinó també per molts altres factors: Internet, la premsa gratuïta, la pèrdua del model de negoci per part de la premsa comercial”, assenyala, tot afirmant que el gran error va ser que moltes empreses optessin per oferir els seus continguts de forma gratuïta a Internet. “En el seu moment, atabalades i absolutament desorientades amb la crisi, moltes empreses no van saber reaccionar i es va produir l'absència d'un criteri comú a Internet, com hauria pogut ser el mur de pagament per rendibilitzar les versions digitals dels diaris”, considera Jiménez. Com a conseqüència, subratlla, es va perdre l'oportunitat de cobrar pels continguts digitals, de manera que la ciutadania s'ha acostumat a obtenir informació gratuïtament a través d'Internet, fet que ha agreujat la crisi del negoci: “Quan s'ha intentat recuperar aquest territori, no s'ha recuperat Internet perquè ja estava venut, s'ha donat tot gratis i no s'ha pogut recuperar la idea de premsa interpretativa i explicativa”, lamenta el president del CIC.

Tot i això, Macià-Barber recorda que la ciutadania ha de tenir clar que la producció d'informació comporta unes despeses, i subratlla que, si els lectors no estan disposats a sufragar-les, les empreses buscaran altres formes de finançament, sigui a través de la publicitat o les subvencions, de manera que es posarà en risc la independència del mitjà. “Hem de recordar, la ciutadania i fins i tot alguns periodistes, que els mitjans que aparentment són gratuïts rarament ho són. Tots els mitjans costen uns diners, només que alguns els paguen de manera directa i d'altres de manera indirecta amb impostos o publicitat. Per tant, tot ho estem pagant d'una manera o altra”, assenyala. En una línia similar, Bonet explica que des del Col·legi de Periodistes estan treballant per conscienciar la ciutadania sobre aquesta realitat i sobre la necessitat de donar un valor a la informació: “Volem que la ciutadania, de la mateixa manera que va al supermercat o al dentista i paga, també tingui la sensació que ha de pagar per la informació. Abans, ningú anava al quiosc i pretenia robar els diaris, sinó que la gent pagava per llegir. Doncs ara s'han d'acostumar a pagar pels continguts que els arriben a través de la xarxa, o bé fer més visible allò que paguen a través dels seus impostos, que van a parar a les ràdios i televisions públiques”,

assenyala. “Si no sembla que, com que no ho pagues físicament, allò és gratuït. I no, s’ha d’instal·lar la mentalitat que quan tu no pagues per la informació, algú paga per tu i per tant ja no saps si allò és informació o una altra cosa”, insisteix. Si no s’aconsegueix revertir aquesta situació, adverteix, no es podrà posar fi a l’actual precarietat, que considera “l’aluminosi” del periodisme.

5.2.4.3 Nous nínxols de mercat

Malgrat admetre que el periodisme es troba immers en una crisi tant en l’àmbit econòmic com de continguts, els experts detecten dos nínxols de mercat que es poden convertir en les principals sortides laborals dels periodistes: per una banda, igual que els professionals, observen que la comunicació corporativa ofereix cada cop més llocs de treball i amb millors condicions laborals –malgrat que en aquesta esfera també es manté el debat sobre si pot ser considerada o no com una branca del periodisme-, i per l’altra, aposten també per l’emprenedoria i l’impuls de projectes personals, de dimensions reduïdes i que no requereixin una gran inversió econòmica.

a) La comunicació corporativa

Tal com s’ha observat a través de l’enquesta i les entrevistes als professionals, la comunicació corporativa és una sortida laboral a l’alça per a molts periodistes i en la majoria de casos ofereix condicions menys precàries que els mitjans de comunicació, malgrat que existeixen importants diferències salarials i contractuals entre els treballadors de gabinets de comunicació públics i els privats. Però tot i que és innegable que la comunicació corporativa és un nínxol d’ocupació cada vegada més important per a la professió, la majoria d’experts qüestionen que es pugui qualificar d’especialitat del periodisme i la consideren una pràctica més pròpia de la publicitat.

L’investigador Luis Palacio té molt clar que la comunicació corporativa no es pot considerar periodisme. “En la meua opinió, no és el mateix: el periodista fa informació pensant en el públic, mentre que el comunicador d’una empresa el que fa és intentar aconseguir els objectius de l’empresa, de manera que allà es trenca la finalitat del

periodisme”, assenyala. Per això, considera que, malgrat que “les eines que s’utilitzen són les mateixes”, “els objectius són completament diferents”. Eva Jiménez, per la seva banda, també opina que no es pot equiparar periodisme i comunicació corporativa, ja que hi ha el risc de confondre la ciutadania i erosionar encara més la credibilitat dels mitjans: “La finalitat és diferent: una cosa és informar, mentre que l’altra és persuadir [...]. Cal saber què es fa exactament, perquè si no pots confondre, i això també és un abús de la bona fe del ciutadà. Això també explicaria una mica allò que comentàvem abans, aquella crisi de credibilitat o situació crítica que estem vivint en el periodisme”, assenyala.

Però malgrat les reticències a considerar la comunicació corporativa com una part del periodisme, els experts són conscients que aquest sector s’està convertint en una de les principals sortides laborals per als graduats en Periodisme. Palacio explica com, a través dels seus estudis anuals, han comprovat com cada cop hi ha més professionals dedicant-se a la comunicació empresarial o institucional i en canvi disminueix el nombre de periodistes treballant en mitjans de comunicació. Roger Jiménez coincideix en la diagnosi: “S’estan recuperant llocs de treball, però no són estrictament periodístics, de treballar per a un mitjà, sinó que ara totes les empreses, partits, polítics importants... tenen un director de comunicació”, assenyala. Per la seva banda, Bonet també hi està d’acord: “Ara, el primer lloc de treball, de sortides laborals, són els gabinets de comunicació públics o privats”, observa.

És per això que Alsius defensa que, malgrat que es tracti de dues matèries diferents, els estudis de periodisme han d’incorporar progressivament cada cop més assignatures relacionades amb la comunicació corporativa. “A l’hora de fer el nou pla d’estudis del grau de Periodisme, no vaig tenir cap dubte que havia de posar un parell d’assignatures de gabinets. No podia fer una altra cosa”, recorda. Però si un aspecte positiu té la comunicació corporativa, a banda de crear nous llocs de treball, és que es veu menys perjudicada per la precarietat que afecta tot l’àmbit del periodisme. “Tot i que en els dos casos estan patint la crisi i s’estan generant perfils de precarietat, veiem que està essent més afectada la part dels periodistes que no part la dels comunicadors”, assenyala Palacio. En aquest sentit, corrobora les dades obtingudes en l’enquesta, segons les quals els treballadors de gabinets es troben entre els col·lectius més satisfets amb la seva situació

laboral. Per tant, és evident que en el futur la comunicació corporativa continuarà essent una de les principals sortides professionals per als periodistes, de manera que caldrà establir les bases per evitar la confusió de funcions entre gabinets i mitjans de comunicació, tant de cara als professionals com també, sobretot, de cara a la ciutadania, per tal que hi hagi consciència sobre qui ha emès un determinat contingut i amb quina finalitat.

b) Emprenedoria digital

Els experts apunten que una altra sortida professional en auge en el món del periodisme és l'emprenedoria digital: és a dir, periodistes que, després de ser acomiadats o de no haver trobat feina en mitjans de comunicació tradicionals, opten per endegar els seus propis projectes, especialment en el sector digital. Roger Jiménez apunta que algunes d'aquestes propostes autofinançades acaben tenint èxit i s'han convertit no només en una forma de subsistència per a molts periodistes, sinó també en una garantia d'informació de qualitat: "Hi ha periodistes que es van quedar a l'atur i que han creat els seus propis mitjans. Es tracta de portals molt interessants que han trobat una sortida, que tenen publicitat, diaris digitals amb molta cura des del punt de vista empresarial, i alguns han tingut la valentia i la capacitat per obtenir diners a partir del *crowdfunding*". La clau, assenyala, és fer un projecte de dimensions reduïdes i tenint en compte quina és la realitat actual del sector: "Conec uns quants periodistes que són directors d'ells mateixos, que sobreviuen i que no sobreviuen malament, en el sentit que no és una economia simplement de guerra, sinó que poden endegar projectes dins dels seus límits i capacitats". Tot i això, aquesta és una sortida que els professionals contempen amb reticència, ja que, com s'ha observat tant en l'enquesta com en les entrevistes en profunditat, aprecien molt més l'estabilitat que els atorga tenir un contracte laboral.

En alguns casos, aquests nous projectes -molts dels quals es troben en l'àmbit digital, on els costos d'impulsar un nou mitjà són més reduïts- aconsegueixen donar feina a alguns periodistes, especialment els més joves, malgrat que sovint els ofereixen les condicions més precàries del mercat laboral. Aquests nous mitjans digitals, doncs, s'han convertit en un "refugi" per als periodistes joves, i en molts casos es converteixen en la seva principal

sortida quan surten de la universitat. Així ho ha observat Palacio: “Són joves que tenen molt difícil accedir en empreses i plantilles ja establertes, perquè la feina en els mitjans s’està reduint moltíssim”, assenyala. Per això, afegeix, la seva sortida és digital: “A conseqüència de la digitalització, estan apareixent molts més mitjans, molts cops promoguts per gent jove i que s’estan nodrint també de periodistes joves a les seves plantilles. Per tant, el mercat laboral està tenint una mica d’alleujament per aquest camí”, subratlla.

5.2.4.4 Un futur en precari

Malgrat coincidir en la seva diagnosi sobre la situació actual del periodisme i els seus principals reptes, entre els experts hi ha diversitat d’opinions sobre quines són les expectatives de futur de la professió. Els entrevistats només estan d’acord amb una cosa, amb la qual també coincideixen els professionals: que el periodisme continuarà essent necessari per a la societat, i que per tant no morirà mai. El problema el veuen més aviat en el model de negoci, i en les seves possibilitats de subsistència: alguns, com Alsius i Palacio, es mostren més aviat pessimistes, mentre que d’altres, com Bonet, confien que l’actual situació de crisi es podrà redreçar en el futur.

“El periodisme no morirà mai, al contrari, serà més necessari. Una altra cosa és el que alguns entenen com a periodisme”, considera Macià-Barber. En canvi, Alsius no hi està massa d’acord. “Tota la vida he estat optimista, però cada vegada em costa més ser-ho respecte al futur de la professió”, admet. Des del seu punt de vista, l’essència del periodisme només és una –oferir informació veraç i contrastada- i per tant no admet que pugui canviar de forma, tal com vaticinen algunes veus. “Sempre surt algú dient: el periodisme es mantindrà, però no com el coneixem. Doncs molt bé, gràcies, però si al final no el coneix ni son pare ni sa mare, és que s’ha acabat [...]. No em val aquesta retòrica que serà diferent”, considera. I un dels principals riscos, adverteix, és que el periodisme pugui acabar essent “absorbit” per la comunicació corporativa, especialment si des de l’àmbit universitari no se segueix apostant pel Periodisme com un grau específic. “Hi ha gent que, de forma seriosa, a l’hora de fer els plans d’estudis ha propugnat la desaparició del periodisme com a tal, i que defensen que el periodisme i la comunicació

són la mateixa cosa”, subratlla, i deixa clar que ell no hi pot estar d’acord. “Jo sempre he estat irreductible i he dit que no, que el periodisme té una sèrie de principis i tècniques professionals radicalment diferenciades de la ficció, la publicitat o altres àmbits, i que per tant el Periodisme ha de ser una carrera específica, però pot passar que algun dia caigui aquesta paret a nivell universitari, i que també caigui a nivell de les empreses, i que caigui a tots els nivells i arribi el dia que ens preguntem: què queda, del periodisme? Doncs ja està, s’haurà acabat”, adverteix.

Tampoc Palacio es mostra massa optimista respecte el futur de la professió; en el seu cas, perquè no veu clar que es pugui trobar un model de negoci que permeti rendibilitzar els mitjans digitals. “És cert que estan apareixent molts mitjans nous digitals, i que hi ha molts mitjans convencionals que estan fent esforços per adaptar els seus models de funcionament a la nova situació, però encara no se sap ben bé això com acabarà. Per tant, és molt difícil veure com es pot traslladar tot això al mercat laboral”, assenyala. En aquest sentit, assenyala que, malgrat haver-se reduït l’atur entre els periodistes, en els darrers anys la creació de feina s’ha alentit. “Llavors, el gran dubte està a saber si les coses noves que es generen seran suficients per incrementar els nivells de feina”, adverteix. De la mateixa manera, Palacio apunta que la digitalització i les noves tecnologies, malgrat haver-se convertit en una sortida laboral per als periodistes joves, han causat alhora una reducció dels llocs de treball que és difícil que es puguin recuperar en un futur. “La tecnologia està permetent produir molta més informació amb molts menys mitjans humans que abans [...]. Per tant, és difícil pensar que aquesta pot ser una professió que en el futur pugui tenir els nivells de feina que havia tingut en el passat, i tampoc està gens clar quins seran els seus nivells de feina quan s’aconsegueixi consolidar una mica més el sector des del punt de vista econòmic”, assenyala.

En canvi, Bonet es mostra una mica més optimista, malgrat admetre que en el present la situació del periodisme i els seus professionals és molt complicada. Coincidint amb l’imprescindible suport dels pares que han mencionat diversos participants en les entrevistes en profunditat, Bonet alerta, que, si no s’aconsegueix revertir la precarietat laboral, el periodisme es convertirà en una professió elitista. “És molt dur de dir, però només seran periodistes els que s’ho puguin permetre”, assenyala. Bonet, però, no està

disposada a abaixar els braços.” Jo vull ser optimista, perquè per a ser derrotista, potser que ens quedem a casa i no fem res. I davant la disjuntiva de quedar-te a casa, sempre serà millor lluitar per dignificar l’ofici. Sempre”, afirma. L’exdegana, doncs, defensa una lluita col·lectiva i liderada des del Col·legi contra les contractacions precàries com a única via per garantir la qualitat del periodisme del futur. “El que hem de fer és ajudar la gent a tenir una vida digna dins d’un ofici digne, de la mateixa manera que ho tenen els dentistes, arquitectes, metges... i si ens diuen que tothom està igual, doncs lluitem contra la precarietat a tots els sectors i que no ens contractin com a esclaus”, proposa. Des del Col·legi, explica, ja han posat fil a l’agulla: “El que hem de fer és dignificar la professió i denunciar tots els casos de precarietat”, assenyala. La manera de fer-ho, diu, és avergonyir públicament les empreses que ofereixen condicions laborals precàries (per exemple, a través de la campanya #gratisnotreballo, impulsada per la comissió de Precarietat Laboral del Col·legi) i també denunciar-ho a l’administració perquè aquesta tingui en compte en quina situació es troben els treballadors a l’hora d’atorgar subvencions a les empreses.

L’exdegana considera que, si s’aconsegueix revertir aquesta situació de precarietat, el periodisme pot tenir un futur positiu. En aquest sentit, considera que la ciutadania està cada cop “més formada, sap el que consumeix i, per tant, té clar el que tria”. Per això, opina que si es continua treballant en l’alfabetització mediàtica a través de les escoles i institucions com el Col·legi es generaran “cada vegada més ciutadans crítics a l’hora de consumir mitjans, i això és bo”. Així doncs, creu que les empreses periodístiques, més que en un període de crisi, es troben en plena reconversió. “Hi ha una tecnologia, unes xarxes socials, que han irromput i obliguen a replantejar el model de negoci, i jo crec que serà en positiu. Potser no tothom, com és obvi, trobarà feina d’allò que li agradaria, però el periodisme no morirà mai”, defensa.

Igual que els professionals, doncs, els experts dibuixen un futur incert, en què el periodisme seguirà existint com a professió però les condicions per a poder dedicar-s’hi continuaran endurint-se. En aquest sentit, cal advocar una vegada més per la necessitat d’articular una lluita col·lectiva en defensa de la qualitat del periodisme i la necessitat de posar en valor la informació, especialment a través de murs de pagament en els mitjans

d'Internet. Només d'aquesta manera, aconseguint que el negoci de la informació sigui més rendible, hi haurà possibilitats de redreçar unes condicions de treball que a curt termini tot apunta que seguiran precaritzant-se.

SUMARI CAPÍTOL 6: CONCLUSIONS I DISCUSSIÓ

6.1 La precarietat, un problema endèmic per al periodisme.....	610
6.1.1 Un sector inestable i amb uns sous molt baixos.....	610
6.1.2 Joves, dones, digitals i privats: els perfils de la precarietat.....	612
6.2. La precarietat com a condicionant de la pràctica periodística.....	616
6.2.1 Unes condicions precàries perjudiquen la qualitat de la informació.....	616
6.2.2 Un clima de pessimisme i resignació.....	619
6.3 Influència de la precarietat en la deontologia	621
6.3.1 Mantenir un lloc de treball pot requerir renúncies ètiques.....	621
6.3.2 Un condicionant tant directe com indirecte	623
6.4 Llibertat i veritat, els principis ètics més amenaçats.....	627
6.4.1 Les pressions internes, principals condicionants.....	628
6.4.2 Una moral individual i condicionada per la precarietat	632
6.5 Un futur incert per a una professió en crisi.....	634
6.5.1 El periodisme després de la Covid-19.....	634
6.5.2 Reptes per a resoldre una crisi estructural.....	639
6.5.3 Futures línies de recerca.....	643

6. CONCLUSIONS I DISCUSSIÓ

La present investigació permet constatar que l'existència d'un marc laboral precari és un factor imprescindible a tenir en compte en l'anàlisi de l'ètica periodística a Catalunya. Els resultats mostren com la precarietat laboral en l'àmbit del periodisme és un fenomen a l'alça que té una forta influència, tant directa com indirecta, en la pràctica diària de la professió, i que genera una major vulnerabilitat als periodistes -tant precaris com no precaris- a l'hora de respectar els principis ètics bàsics, especialment els relacionats amb la llibertat i, en menor mesura, la veritat. La precarietat laboral, doncs, contribueix a accentuar la crisi de confiança social que pateix el periodisme i a debilitar una professió que té al davant un futur incert que probablement estarà molt marcat per les conseqüències de la pandèmia de la Covid-19 i la seva crisi econòmica.

La professió periodística a Catalunya es desenvolupa en un marc de precarietat que es pot considerar estructural i endèmica, i que no es pot observar des d'un punt de vista estrictament econòmic –malgrat que els salaris, extraordinàriament baixos, són la principal causa de preocupació entre els professionals-, sinó que també implica un alt nivell d'inestabilitat, un excés de feina i uns horaris laborals que dificulten la conciliació de la vida laboral i familiar. Es tracta, doncs, d'un fenomen complex amb múltiples causes, entre les quals es troben la crisi econòmica iniciada el 2008, que va comportar un descens d'ingressos –tant de publicitat com de vendes- que moltes empreses no han aconseguit revertir; la crisi de model que viuen els mitjans tradicionals –especialment la premsa- des de la irrupció d'Internet, ja que encara no s'ha trobat un model de negoci rendible a la xarxa; la creixent desconfiança de la ciutadania respecte als mitjans de comunicació i la saturació d'un mercat laboral on els darrers anys s'han destruït milers de llocs de treball mentre ha crescut el nombre de centres universitaris que ofereixen estudis de Periodisme i/o Comunicació, donant com a resultat un excés de mà d'obra disposada a acceptar la precarietat amb l'esperança incerta d'aconseguir un lloc de treball en el futur.

Els resultats permeten confirmar la hipòtesi principal de la recerca (HP): la precarietat fa més vulnerables els periodistes que treballen a Catalunya a l'hora de defensar els principis ètics de la professió. Aquesta precarietat incideix de forma directa en les actituds ètiques d'alguns dels col·lectius que es troben en una pitjor situació laboral, com els joves amb poca experiència, els empleats de mitjans digitals i els periodistes que treballen per a empreses de titularitat privada. Però la precarietat laboral no només condiciona aquells que la pateixen, sinó que també fa més dòcils professionals amb una millor situació laboral, inclosos aquells que són més veterans, amb millors salaris i que exerceixen càrrecs de responsabilitat. Es tracta d'un col·lectiu reticent a renunciar a una situació de privilegi que sovint ha trigat anys a obtenir, ja que els seus integrants són conscients que, si la perden, els pot costar molt aconseguir una posició similar. En canvi, el col·lectiu d'autònoms, malgrat ser un dels més precaris i amb un índex de satisfacció laboral inferior a la mitjana, mostra un major grau de llibertat i responsabilitat que no pas aquells que disposen de contracte, amb més estabilitat i millors salaris però amb majors percentatges de renúncies ètiques. Es revela, doncs, que l'estabilitat i l'elevat nivell d'ingressos que desitgen bona part dels professionals –i que només uns quants poden obtenir– comporten un cost en l'àmbit deontològic.

Dels quatre principis ètics definits per Alsius (2010) –llibertat, veritat, justícia i responsabilitat–, el primer és clarament el més condicionat per l'actual context de precarietat. Els resultats indiquen que els participants estan majoritàriament abocats a sotmetre's a les directrius dels superiors encara que no hi estiguin d'acord, a seguir la línia editorial dels seus mitjans malgrat que no la comparteixin i a autocensurar-se davant d'aquelles informacions que puguin comportar algun conflicte a l'empresa on treballen. També són pràctiques habituals la publicació de continguts que en realitat són patrocinats i el fet de publicar informacions relacionades amb altres empreses o mitjans amb els quals es té un vincle professional. El segon principi més afectat és el de veritat, especialment amb relació a la publicació de continguts tenint com a principal criteri l'audiència o el nombre de visites que s'obtindran i la còpia d'informacions sense citar. Tot i això, els baixos percentatges que obtenen pràctiques com la publicació de notícies sense contrastar i/o l'exageració d'informacions fan pensar en una reivindicació dels professionals de la seva tasca davant la proliferació de notícies falses. Sí que es detecta, tanmateix, un elevat percentatge de participants que admeten tenir dificultats per poder publicar més d'una

versió dels fets, fenomen vinculat al principi de justícia, ja que redueix l'accés de determinades fonts a l'esfera pública. En canvi, es detecta un respecte generalitzat per a tots els supòsits vinculats al principi de responsabilitat.

6.1. La precarietat, un problema endèmic per al periodisme

Els resultats permeten confirmar la primera hipòtesi complementària (HC.1): la precarietat laboral és un dels trets que defineixen la professió periodística a Catalunya, i en els darrers anys les condicions de treball de bona part dels professionals han patit un clar retrocés. En aquests moments, el mercat laboral del sector periodístic a Catalunya es caracteritza per uns salaris molt baixos, una alta inestabilitat i una elevada presència d'autònoms i/o col·laboradors, aspectes que han conduït a una precarietat endèmica i generalitzada que s'acarnissa especialment en els col·lectius més joves, les dones i els treballadors de mitjans digitals i privats. Els únics que s'escapen d'aquesta dinàmica negativa són els treballadors de mitjans públics, tot i que la seva situació també s'ha precaritzat, i els més veterans, molts dels quals gaudeixen de millors condicions laborals que els seus col·legues o subordinats més joves. En aquest sistema mediàtic, un elevat nivell de formació no garanteix l'accés a unes millors condicions laborals, sinó que el progrés laboral requereix una llarga experiència en el sector que molts professionals no arriben a aconseguir, ja que la precarietat i les dificultats per conciliar la vida laboral i familiar fa que molts d'ells –especialment les dones- acabin abandonant el periodisme per passar a un altre sector. D'aquesta manera, el pes de la professió recau cada vegada més en joves precaritzats disposats a treballar tant com sigui necessari per poder aspirar a un lloc de treball estable i que els permeti mantenir-se.

6.1.1 Un sector inestable i amb sous molt baixos

La precarietat laboral es reflecteix, en primer lloc, en el fet que els salaris en l'àmbit del periodisme són extraordinàriament baixos: dos terços dels professionals ingressen menys de 25.000 euros bruts anuals –és a dir, una xifra igual o inferior al salari mitjà tant català com espanyol-, i gairebé un 36% té un salari inferior als 15.000 euros bruts anuals. Aquestes xifres constaten una caiguda del poder adquisitiu respecte el nivell d'ingressos reflectit en anteriors estudis sobre la professió periodística a Catalunya (Soler et al, 2006,

Alsius et al, 2010), fet que es pot atribuir a la crisi econòmica i de model de negoci que pateixen molts mitjans per l'arribada d'Internet, que s'ha accentuat al llarg de l'última dècada. De fet, els baixos ingressos són, amb diferència, el principal motiu de preocupació entre els enquestats, ja que gairebé un 73% ho considera un problema per a la professió.

El nivell adquisitiu depèn de diverses variables, com l'edat, el gènere, el tipus de mitjà on es treballa, la titularitat de l'empresa i l'àmbit territorial. Tanmateix, el factor clau per aconseguir un salari situat en la franja mitjana o alta –és a dir, a partir dels 25.000 euros bruts anuals- no és la formació sinó l'edat, vinculada als anys d'experiència professional. Els participants més veterans, que superen els 40 anys d'edat i en porten més de quinze de trajectòria, són els que presenten un major percentatge d'ocupació en les categories laborals superiors –caps de secció, caps de redacció i redactors-, que els permeten accedir a un major nivell d'ingressos, i compten amb els índexs més elevats de contractació indefinida i a temps complet. Aquest col·lectiu és, tanmateix, el que compta amb una formació menys especialitzada –té els percentatges més elevats de professionals sense estudis o titulats en matèries no relacionades amb el Periodisme-, de manera que ha estat la seva trajectòria i no la seva formació el que els ha permès l'accés a les posicions més privilegiades. En canvi, els menors de 40 anys compten amb un nivell més elevat de formació –registren els principals percentatges de graduats en Periodisme i en possessió de màster o postgrau-, però aquest esforç formatiu no es reflecteix en un millor càrrec, en un salari més elevat ni en un major grau d'estabilitat, sinó al contrari: molts d'aquests joves altament qualificats se situen en les franges salarials més baixes –un 37% cobra per sota dels 15.000 euros bruts anuals- i presenten els índexs més elevats d'atur i temporalitat. Això fa que en moltes redaccions catalanes convisquin les dues escales laborals descrites per Deuze i Witschge (2017), amb unes diferències entre joves i veterans cada cop més evidents i accentuades.

El mercat laboral del periodisme a Catalunya també es caracteritza per un elevat grau d'instabilitat. Només un 50% dels participants té un contracte a temps complet i un 7,6% està contractat a temps parcial, mentre que l'índex de contractació indefinida se situa en un 48% i la temporal en un 15,2%. En aquest context, quatre de cada deu periodistes –un 42%- es troba en situacions laborals inestables: autònoms, col·laboradors, contractes de

pràctiques, a l'atur i jubilats. Aquests col·lectius, especialment els autònoms, tenen un pes destacat dins la professió, malgrat que, tal com es reflecteix en les entrevistes en profunditat, en molts casos no és una situació que hagin escollit lliurement, sinó que la majoria s'hi han vist obligats davant la impossibilitat d'aconseguir un contracte. Per això, el percentatge d'autònoms és relativament baix entre els menors de 25 anys, que tot just estan introduint-se en la professió, i augmenta considerablement a partir dels 26 anys d'edat i/o els sis d'experiència, moment en què alguns professionals prenen la decisió de fer-se autònoms davant la falta d'oportunitats laborals que els puguin garantir més estabilitat.

Les dades mostren que els autònoms i col·laboradors estan associats a un major nivell de precarietat, no només per l'evident inestabilitat vinculada a aquest règim sinó perquè els seus salaris són generalment més baixos que els d'aquells que disposen de contracte a temps complet i/o indefinit. En les entrevistes en profunditat s'observa com els participants valoren positivament aspectes com la llibertat, l'autonomia i la satisfacció de poder viure diferents experiències professionals com a autònoms, però en canvi manifesten una severa ansietat per la inestabilitat econòmica que se'n deriva, així com per altres aspectes laborals negatius com la falta d'horaris o l'obligació d'estar disponibles 24 hores al dia. Tots aquests aspectes contribueixen al fet que el grau de satisfacció laboral entre autònoms i col·laboradors sigui considerablement inferior als d'aquells que disposen de contracte. D'aquesta manera, es pot considerar que els autònoms no comparteixen la visió optimista de la precarietat defensada per Deuze (2007), vinculada a la creativitat i un major dinamisme laboral, sinó que majoritàriament es mostren preocupats pels seus aspectes negatius, tal com defensen McRobbie (2002), Gill i Pratt (2008) i Ross (2009).

6.1.2 Joves, dones, digitals i privats: els perfils de la precarietat

Malgrat que la precarietat de periodisme a Catalunya es pot considerar estructural, ja que afecta un gran nombre de professionals, es confirma la segona hipòtesi complementària (HC.2) i es comprova que hi ha alguns perfils que són especialment vulnerables: els joves amb poca experiència professional, les dones, els treballadors digitals i els periodistes que

treballen en mitjans privats. En el cas de l'àmbit territorial, la influència sobre la precarietat és més tangencial, ja que els mitjans de proximitat ofereixen uns ingressos més baixos però en canvi els espanyols i internacionals presenten una major inestabilitat.

Igual que succeeix en altres sectors, l'edat i els anys d'experiència professional –dos factors que estan íntimament relacionats- tenen una forta incidència en la precarietat laboral. L'elevat nombre de centres universitaris que ofereixen els estudis de Periodisme i/o Comunicació a Catalunya (en el curs 2019-2020 se'n comptabilitzen deu) ha disparat el nombre de joves titulats que intenten obrir-se camí en un mercat de treball saturat, amb molta més demanda que oferta de feina –sobretot per la destrucció de llocs de treball en mitjans de comunicació registrada a partir de l'any 2008-, amb un elevat grau d'intrusisme professional –ja que no es requereix cap titulació ni col·legiació específica per poder exercir- i on prolifera la mà d'obra gratuïta gràcies als estudiants en pràctiques, que segons denuncien tant periodistes com experts són utilitzats per cobrir llocs de treball que haurien de correspondre a professionals. En aquest entorn, els joves graduats en Periodisme o Comunicació, molts dels quals tenen un elevat nivell de formació (màster o postgrau), assumeixen que el treball gratuït o precari és un peatge necessari per introduir-se en el mercat laboral. El resultat és que molts d'ells tenen ingressos tan baixos que en alguns casos els seria impossible mantenir-se sense el suport econòmic de les seves famílies: un 79% dels menors de 25 anys cobra menys de 15.000 euros bruts anuals, un percentatge que es manté en un 34,45% entre el col·lectiu d'entre 26 i 40 anys. En canvi, no és fins a partir dels 41 anys d'edat i uns quinze d'experiència que la major part de participants disposa de contracte a temps complet i/o indefinit i els salaris se situen en les franges més altes, tot i que encara hi continua havent un 19,35% que ingressa menys de 15.000 euros bruts anuals.

El fet que hi hagi un elevat nombre de joves que vulguin dedicar-se al periodisme malgrat la precarietat laboral que ofereixen la majoria de llocs de treball s'explica pel paper determinant que té el component vocacional. Molts entrevistats –joves i veterans- mencionen els beneficis immaterials, com la satisfacció i el plaer que els genera dedicar-se a aquesta professió, com a factors claus per acceptar unes condicions precàries. La seva actitud, doncs, es correspon amb el patró de comportament dels treballadors culturals

descriu per autors com McRobbie (2002), Hesmondhalgh i Baker, Gill i Pratt (2008), Ross (2008) i Salamon (2016), que valora els beneficis immaterials per sobre dels materials. A la pràctica, aquest és un dels elements que dificulta la lluita contra la precarietat, ja que converteix els joves periodistes en mà d'obra abundant i barata.

El gènere continua essent una altra variable clau, ja que les dones presenten majors índexs de contractació temporal i a temps parcial que els homes, així com salaris més baixos i un major índex d'atur. Es tracta d'una desigualtat ja advertida per autors com Gómez Aguilar (2009), Roses (2011), Rivero i Meso (2014) i Palacio (2015, 2018, 2019), i que s'explica perquè la presència femenina és majoritària entre les franges d'edat més joves i precàries –per sota els 40 anys–, mentre que a partir dels 41 anys hi ha un percentatge superior d'homes. Les entrevistes en profunditat revelen que la maternitat, els horaris de treball extensos i les dificultats per conciliar la vida familiar i laboral són les principals causes per les quals les dones abandonen la professió, mentre que entre els homes no es detecta un grau de preocupació similar, sinó que afirmen tenir més disponibilitat en l'àmbit professional. Això fa que siguin majoritàriament els homes els que acumulen més anys d'experiència professional, que és el factor clau per accedir als càrrecs de més responsabilitat, associats a una major estabilitat i millors salaris.

Els mitjans digitals, per la seva banda, s'han convertit en una de les principals fonts d'ocupació del sector, especialment entre els més joves. Es tracta, però, d'una ocupació precària, ja que més de la meitat dels seus empleats cobra salaris inferiors als 15.000 euros bruts anuals i el col·lectiu presenta els índexs més baixos de contractació indefinida i a temps complet, a banda de registrar el menor grau de satisfacció laboral. Aquestes dades coincideixen amb les investigacions de Calvo Bermejo (2005) i López Mellado (2006), que ja advertien que les condicions laborals dels periodistes digitals es troben entre les més precàries del sector, en bona part a causa de la manca d'un model de finançament rendible. Quinze anys després, els resultats demostren que els digitals no han trobat la fórmula per equiparar les seves condicions laborals a les dels mitjans considerats “tradicionals”, per molt que aquests darrers també hagin empitjorat les seves condicions de treball. A l'extrem contrari, els treballadors dels gabinets de comunicació –un altre sector laboral a l'alça– són els que presenten un major grau de satisfacció amb la seva

situació, opinió que es pot vincular al fet que en aquest àmbit es registra el menor percentatge de salaris per sota dels 15.000 euros bruts anuals.

Tot i això, s'ha de tenir en compte que la titularitat de l'empresa és un altre factor determinant en la precarietat. Els treballadors de mitjans privats experimenten un major grau de contractació a temps parcial i temporal, així com salaris substancialment més baixos i un grau de satisfacció laboral molt menor. Les diferències en el nivell d'ingressos són especialment notòries en els àmbits televisiu i radiofònic, i en menor mesura, en les agències de notícies i els gabinets de comunicació. Malgrat que alguns participants alerten que la precarització ha arribat també als mitjans públics -s'han congelat o reduït les plantilles, de manera que cada cop és més difícil accedir-hi, i els joves que ho aconsegueixen disposen d'unes condicions més precàries que els sèniors-, la situació laboral en el sector públic continua essent molt més favorable que en el privat. La titularitat de l'empresa, doncs, és un aspecte que s'ha de contemplar sempre que s'observen les dades dels empleats televisius i radiofònics, ja que els resultats poden variar molt en funció de quina sigui la titularitat de l'empresa on treballen.

En darrer lloc, s'observa que l'àmbit territorial del mitjà on es treballa també incideix en la precarietat, però d'una forma més tangencial. Els mitjans de proximitat (locals, comarcals o provincials) són els que presenten uns salaris més baixos i un menor grau de satisfacció, però en canvi són l'àmbit territorial que genera més ocupació i de més estabilitat, ja que té el principal percentatge de contractació indefinida i ocupa la segona posició en contractació a temps complet, només tres punts percentuals per sota de l'àmbit català. En canvi, els mitjans d'abast espanyol i internacional són els que presenten una situació més inestable, ja que registren els principals percentatges de treballadors sense contracte, malgrat que els seus salaris son més alts que en els mitjans de proximitat. En global, l'àmbit territorial que es pot considerar menys precari és el d'abast català, ja que registra una major estabilitat combinada amb uns sous similars als dels mitjans espanyols i internacionals.

6.2 La precarietat com a condicionant de la pràctica periodística

Els resultats permeten confirmar també la tercera hipòtesi complementària (HC.3), ja que la precarietat laboral constatada en l'anàlisi quantitativa genera una profunda preocupació entre els professionals, no només pels efectes que pateixen ells mateixos sinó també per les conseqüències que, alerten, pot tenir en la qualitat de la informació. Els resultats indiquen que les condicions laborals tenen una gran influència en la pràctica professional (els participants la qualifiquen amb una mitjana de 7,5 sobre 10), i que els que més influïts es veuen són, precisament, alguns dels col·lectius més precaris: joves, treballadors digitals i autònoms. En aquest sentit, els baixos salaris, la inestabilitat, l'excés de feina i els horaris que dificulten la conciliació laboral i familiar són els principals motius de preocupació, ja que més d'un 40% dels participants els assenyala com a problemes de la professió. Per a un 44,6% dels enquestats, les seves condicions laborals han empitjorat al llarg de la seva trajectòria professional, mentre que només un 27,9% creu que han millorat i un 27,4% opina que s'han mantingut estables. Però malgrat un context tan precari i que no convida a l'optimisme, els participants valoren el seu nivell de satisfacció amb una mitjana de 6,27 sobre 10. El grau varia en funció de les variables, però una qualificació tan elevada denota una certa resignació.

6.2.1 Unes condicions precàries perjudiquen la qualitat de la informació

Tal com indica Harcup (2002), la precarietat laboral i les condicions de treball que se'n deriven són un factor determinant en la pràctica diària del periodisme. Així ho corroboren els resultats d'aquesta tesi, ja que els participants valoren amb una nota mitjana de 7,5 sobre 10 la influència de les seves condicions laborals en el procés d'elaboració de continguts. Alguns dels col·lectius més precaris, com els professionals més joves i/o a l'inici de la seva carrera professional, els treballadors de mitjans digitals i els autònoms o col·laboradors experimenten un major grau d'influència; mentre que els periodistes en una situació més estable –amb contracte indefinit i/o a temps complet- i que gaudeixen de millors salaris, que sovint corresponen a perfils veterans i amb càrrecs de responsabilitat, són els que se senten menys condicionats. Destaca també el fet que ambdós gèneres perceben pràcticament el mateix grau d'influència malgrat que les dones

experimenten unes condicions més precàries, mentre que la titularitat de l'empresa tampoc es revela com una variable en aquest sentit, ja que treballadors públics i privats se senten igual de condicionats tot i que aquests últims estan sotmesos a un major grau de precarietat.

Pel que fa als condicionants relacionats amb la precarietat, tres de cada quatre professionals consideren que els baixos salaris són un greu problema per al periodisme, i que, lluny de resoldre's, s'ha agreujat en els darrers anys. El fet que els ingressos de molts participants se situïn per sota dels 15.000 euros bruts anuals fa que els sigui molt difícil poder viure de la professió, de manera que en molts casos necessiten un suport econòmic extern. Així ho expliquen alguns dels entrevistats més joves, que admeten que sense l'ajuda econòmica de les seves famílies no es podrien mantenir. En cas de no disposar d'aquest suport extern, molts periodistes estan abocats a viure de lloguer, sovint en pisos compartits i amb dificultats per poder formar i mantenir una família pròpia, de manera que la precarietat salarial s'acaba transformant també en precarietat vital. Si es manté aquest descens de salaris, doncs, el periodisme corre el risc d'acabar-se convertint en una professió elitista que només podran exercir aquells privilegiats que disposin d'una situació acomodada.

Els baixos salaris també tenen una incidència directa en la qualitat de la informació. En el cas dels treballadors que estan a la redacció, sovint se'ls obliga a assumir responsabilitats i a treballar hores extres no remunerades, fet que els pot conduir a una eventual desmotivació. Els autònoms són, tanmateix, els que en pateixen les pitjors conseqüències, ja que el preu que cobren per peça és molt reduït, de manera que es veuen obligats a augmentar la producció i en molts casos això els porta a prioritzar la rendibilitat –és a dir, continguts que siguin fàcils i ràpids de produir- per sobre de la qualitat o l'interès informatiu. A més, també es veuen especialment perjudicats per la inestabilitat –que és la segona gran causa de preocupació en el sector-, ja que en haver de treballar per a diverses empreses han de multiplicar esforços i per això lamenten que a vegades les peces no tenen la qualitat desitjada.

Més enllà de les condicions laborals, la precarietat també afecta les rutines laborals, i la principal conseqüència és un excés de feina, circumstància que també perjudica la qualitat de la informació. Internet ha facilitat la producció d'informació en diferents suports i n'ha permès la difusió 24 hores al dia, de manera que s'han incrementat les necessitats productives. Aquest creixement del volum informatiu, tanmateix, ha coincidit amb la reducció dels llocs de treball derivada de la doble crisi econòmica i de model, que ha deixat molts mitjans amb les plantilles minvades. D'aquesta manera, els professionals que han pogut conservar el seu lloc de treball, siguin contractats o autònoms, es veuen obligats a produir més –en molts casos, fent hores extres no remunerades–, més ràpid –especialment en els suports digitals– i essent més polivalents, ja que s'han d'adaptar a diferents tipus de formats. Aquest excés de feina pot fer que la qualitat de la informació se'n vegi ressentida, ja que es prioritza la quantitat i la immediatesa per sobre de la qualitat i la profunditat. Com a conseqüència, els participants alerten que el principal damnificat és el periodisme d'investigació, que es troba clarament a la baixa perquè les empreses no estan disposades a invertir-hi temps ni diners.

Aquest ingent increment del volum de feina s'acaba traduït en un allargament de la jornada laboral dels periodistes. Es tracta d'una professió que requereix un alt nivell de disponibilitat horària, ja que la notícia pot sorgir en qualsevol moment, i encara més d'ençà que les noves tecnologies els permeten estar localitzables i treballar des de qualsevol lloc en qualsevol moment del dia, inclosos nits, caps de setmana i festius. Això els dificulta la possibilitat de tenir un horari laboral fix i estable i els complica la conciliació de la vida laboral i familiar. Els més joves accepten millor aquesta situació, guiats per la vocació i la il·lusió d'obrir-se camí en aquest mercat laboral, mentre que entre els més veterans es percep un major desgast. Els més fastiguejats són els treballadors de premsa, on l'horari de tancament encara arriba fins ben entrada la nit, i els autònoms, que malgrat apreciar la teòrica llibertat que tenen per organitzar el seu temps consideren que és una llibertat “viciada”, ja que el fet de cobrar per peça els obliga a tenir una disponibilitat pràcticament permanent. Com s'ha mencionat, aquestes dificultats per conciliar vida laboral i familiar preocupen en major mesura les dones, part de les quals acaben abandonant els seus llocs de treball en mitjans de comunicació a la recerca d'una feina que els ofereixi una major estabilitat horària. En alguns casos, la troben en la comunicació corporativa.

La insatisfacció respecte al producte que s'està elaborant –sovint derivada de les ja mencionades condicions precàries-, la dependència d'institucions, governs o partits polítics i la dependència d'anunciant i/o patrocinadors són, per aquest ordre, els altres factors que generen preocupació, tot i que en menor mesura, ja que són mencionats per menys d'un 30% dels participants. Les dades indiquen, doncs, que els professionals prioritzen la preocupació per les dimensions de la precarietat que afecten directament a les seves condicions laborals, mentre que les qüestions de caràcter més extern queden en segon terme. En aquest sentit, els resultats confirmen la influència del sistema pluralista polaritzat descrit per Hallin i Mancini (2008), ja que els participants mostren, generalment, una major preocupació pels condicionants polítics que els econòmics. S'ha de tenir en compte, tanmateix, el marc polític en què s'ha dut a terme aquesta recerca, que ha coincidit amb el procés independentista català i que, segons els mateixos participants, ha resultat un condicionant destacat a l'hora de treballar.

6.2.2 Un clima de pessimisme i resignació

Els resultats permeten detectar un clar clima de pessimisme, però també de certa resignació, de professionals i experts respecte a l'evolució de les condicions laborals del sector. Gairebé la meitat dels participants (44,6%) considera que la seva situació laboral ha empitjorat al llarg de la seva carrera professional, sobretot perquè han patit retallades salarials, tenen un major volum de feina i en molts casos han perdut estabilitat, ja que han estat acomiadats o s'han quedat sense contracte i s'han vist obligats a convertir-se en autònoms com a única sortida professional. Per contra, el percentatge de participants que considera que la seva situació ha millorat se situa per sota del 28%. En molts casos, aquesta evolució positiva s'ha produït perquè han abandonat un lloc de treball en un mitjà per passar a la comunicació corporativa, on generalment disposen de millors condicions laborals, o bé han passat del sector privat al públic, on els salaris són considerablement més elevats. Tanmateix, alguns participants lamenten que, malgrat haver experimentat millores, encara es troben en una situació més precària del que els correspondria per la seva experiència i grau de formació. Entre el 27,4% d'enquestats que afirmen que les seves condicions s'han mantingut estables, una de les opinions més compartides és que es tracta d'una estabilització d'un marc precari, de manera que es tracta més aviat d'un estancament davant del qual hi ha poques expectatives de millora.

Les variables d'edat i experiència professional són fonamentals per entendre l'evolució de les condicions laborals. En aquest cas, els participants més veterans, malgrat gaudir generalment d'unes condicions més favorables, són els que més negativament valoren l'evolució de la seva situació: un 64% dels majors de 40 anys ha vist empitjorar les seves condicions al llarg de la seva trajectòria professional, mentre que només un 22,81% dels menors de 25 anys comparteix aquesta opinió. Aquestes dades es poden explicar perquè els periodistes més veterans van gaudir de l'època de major bonança dels mitjans de comunicació, quan la precarietat laboral es concentrava sobretot als inicis professionals però hi havia possibilitats d'ascendir laboralment; mentre que els més joves s'han trobat ja d'entrada amb una precarietat endèmica en què els baixos salaris i la inestabilitat són condicions estructurals de la professió. Els primers, doncs, han pogut observar i en alguns casos experimentar en primera persona el procés de degradació de les condicions de treball, mentre que els més joves no han pogut experimentar diferències notables perquè des del seu ingrés al món laboral ja s'han trobat amb un marc de precarietat.

Les variables d'edat i experiència professional, a més, van molt lligades al tipus de mitjà. Els treballadors de premsa –sector que malgrat haver patit una destrucció de llocs de treball continua essent la principal font d'ocupació, especialment entre els més veterans– són els que més han vist empitjorar la seva situació laboral, ja que es tracta del sector que més perjudicat s'ha vist per la doble crisi econòmica i de model derivada de la irrupció d'Internet. Per contra, els professionals que treballen per a gabinets de comunicació són els que han experimentat una evolució més positiva, fet que concorda amb l'opinió generalitzada que les condicions laborals en aquest sector són molt millors que en l'àmbit dels mitjans.

En aquest context, es detecta un pessimisme generalitzat respecte a l'evolució de les condicions laborals del sector. Malgrat que tant professionals com experts defensen que el periodisme no desapareixerà perquè continuarà essent imprescindible en una societat democràtica, creuen que la situació laboral no és susceptible de millorar, almenys a curt o mitjà termini. La percepció és que cada vegada serà més difícil aconseguir un lloc de

treball amb unes condicions laborals dignes, especialment en l'àmbit de la premsa, que s'emporta els pitjors pronòstics perquè és percebut com un sector en risc de desaparèixer. En canvi, s'observa que la comunicació corporativa s'està convertint en un dels nínxols d'ocupació que genera més llocs de treball i amb unes condicions menys precàries. Malgrat que les universitats estan enfocant cada vegada més els plans d'estudis cap a aquesta branca, i que el Col·legi de Periodistes l'accepta com una especialitat de la professió, entre els experts es manté el debat sobre si es pot qualificar de periodisme o la seva naturalesa l'acosta més a altres àmbits com ara la publicitat.

Tenint en compte el context actual i les perspectives de futur, es percep una actitud de certa resignació entre els participants. Malgrat el context de precarietat i l'elevada preocupació que això genera, la mitjana de satisfacció amb les condicions laborals se situa en un 6,27 sobre 10. Aquesta puntuació està molt determinada per la situació laboral, ja que el salari, la categoria i l'estabilitat són factors clau en la puntuació, i els col·lectius amb unes condicions més precàries –joves, dones, treballadors de mitjans escrits i digitals, d'àmbits territorials de proximitat i d'empreses privades- presenten uns índexs de satisfacció inferiors a la mitjana. Tot i això, el fet que la valoració mitjana se situï en un aprovat alt permet concloure que bona part dels professionals té tan interioritzada la situació de precarietat que ja no la valora negativament, sinó que l'assumeix com a quelcom intrínsec en la professió, i que els beneficis immaterials que obté amb l'exercici del periodisme compensen la precarietat a la qual molts d'ells es veuen sotmesos.

6.3 La influència de la precarietat en la deontologia

6.3.1 Mantenir un lloc de treball pot requerir renúncies ètiques

L'existència d'un mercat de treball precaritzat és un element imprescindible a tenir en compte per entendre els raonaments que s'articulen darrere la presa de decisions deontològiques dels periodistes, ja que gairebé un 40% de professionals reconeix haver renunciat als seus principis ètics en algun moment de la seva carrera per tal d'aconseguir o conservar un lloc de treball. Malgrat que, en alguns casos, les renúncies venen per part dels sectors més precaris, en molts d'altres procedeixen d'aquells col·lectius que es troben

en ple període d'estabilització laboral, un procés que sol ser llarg perquè sol requerir més de quinze anys d'experiència de mitjana.

Un dels grups més precaris, i que presenta un major percentatge de renúncies, són els treballadors de mitjans digitals, amb un 50,36%. Es tracta d'un col·lectiu integrat majoritàriament per joves, molts dels quals amb un alt nivell de formació, amb baixos ingressos i una forta inestabilitat. En aquest cas, conflueixen dos factors: per una banda, la precarietat evident del col·lectiu, i per l'altra, les pròpies rutines professionals d'aquest tipus de mitjans, que presenten elevats percentatges de pràctiques com el clic-bait o la còpia d'informacions sense citar. També les dones, que són el gènere més precari, han experimentat un major nombre de renúncies que els homes, tot i que per un escàs marge de diferència; i els treballadors de mitjans privats, que tenen un nivell d'ingressos inferior als públics, també presenten un percentatge de renúncia més elevat.

El salari es perfila, doncs, com un factor influent, tot i que no determinant, amb relació a les renúncies de caràcter ètic. Els participants amb menys ingressos (per sota dels 25.000 euros bruts anuals) són els que, generalment, manifesten haver-se vist més sovint obligats a renunciar a l'ètica professional per obtenir o mantenir una feina, amb percentatges de respostes afirmatives superiors al 40%. Tanmateix, destaca el fet que entre els professionals situats a la franja salarial alta (de 35.001 a 50.000 euros bruts anuals), el percentatge és molt similar, ja que arriba al 40%. En la majoria de casos, aquests ingressos més elevats corresponen a càrrecs de responsabilitat, de manera es pot concloure que l'ascens laboral, en algunes ocasions, pot implicar un cost deontològic. Aquesta afirmació es confirma quan s'observa que el percentatge de renúncies entre els caps de redacció (37,93%) és superior a la dels ajudants de redacció (36,84%).

El període de consolidació laboral també suposa un risc per a la deontologia. Després d'uns inicis extraordinàriament precaris –un 79% dels menors de 25 anys ingressa menys de 15.000 euros bruts l'any i només un 23% té contracte indefinit–, entre els professionals que més admeten haver renunciat a la seva ètica per aconseguir o mantenir un lloc de treball hi ha els que ja porten un temps treballant en el sector i que per tant estan intentant

millorar la seva situació, un procés que sol ser un procés llarg i difícil. En aquest cas, es tracta del col·lectiu d'entre 26 i 40 anys d'edat –que ha registrat més d'un 55% de respostes afirmatives a aquesta qüestió- i els que tenen una trajectòria professional d'entre dos i quinze anys, amb més d'un 40%.

Igual que succeeix amb els salaris, el grau d'estabilitat té un efecte relatiu en l'ètica professional. És cert que els treballadors amb contractes precaris –és a dir, temporals o a temps parcial- presenten un major grau de renúncia que no pas aquells que es troben en situacions més estables, com els contractats a temps complet i amb caràcter indefinit. Tanmateix, destaca el cas dels autònoms, que malgrat trobar-se en una situació precària presenten uns percentatges de renúncia més baixos, similars als dels participants que gaudeixen dels millors contractes. Aquest fenomen es pot explicar perquè el fet de trobar-se fora de la redacció atorga als autònoms un major grau de llibertat, que se suma a la falta de pressió per haver de conservar o millorar un contracte laboral, ja que no en tenen.

Finalment, un altre aspecte rellevant a tenir en compte és que la formació específica en Periodisme o Comunicació, malgrat no garantir unes millors condicions laborals, sí que està vinculada a un major respecte a l'ètica periodística. Només un 36,36% dels titulats en Periodisme admet haver renunciat a la deontologia per motius laborals, mentre que entre el col·lectiu de graduats en altres matèries, que generalment disposa de millors condicions de treball, la xifra ascendeix fins a un 50%. Per tant, descartada en aquest cas la influència de la precarietat, els resultats es poden atribuir a una falta de formació d'aquest darrer col·lectiu en deontologia periodística.

6.3.2 Un condicionant tant directe com indirecte

L'avaluació de les reaccions dels participants davant dels dilemes ètics derivats dels quatre principis de llibertat, veritat, justícia i responsabilitat indica que el marc laboral inestable i precari exerceix una notable influència en la pràctica diària de la professió, tant entre aquells que pateixen la precarietat de forma més directa com aquells que aparentment es troben en situacions menys precàries.

Alguns dels col·lectius més precaris, com els joves i professionals amb poca experiència, els treballadors de mitjans digitals, els periodistes locals i els empleats d'empreses privades, registren un menor grau de llibertat a l'hora de treballar que els seus companys en situacions menys precàries, així com índexs més elevats d'exercici diari o freqüent d'algunes pràctiques que poden suposar la vulneració de l'ètica periodística. En aquest cas, la correlació entre precarietat i ètica periodística és clara, ja que unes pitjors condicions laborals –és a dir, menor nivell d'ingressos, menys estabilitat i un índex més baix de satisfacció professional- van associades a un menor respecte a l'ètica periodística. Tot i això, també s'han de tenir en compte alguns aspectes complementaris.

En el cas dels participants més joves, que sovint tenen trajectòries més curtes, a la falta d'experiència s'hi suma una manca cada vegada més evident de referents professionals, ja que les redaccions estan cada vegada més buides i els professionals més veterans que es jubilen, abandonen la professió o són víctimes d'ERO són substituïts per joves precaris, de manera que es trenca la cadena de transmissió de coneixement deontològic. A més, l'elevat ritme de treball obliga els professionals a prioritzar la producció de continguts, de manera que els debats deontològics queden en un segon pla per falta de temps. En aquest sentit, cal destacar que els estudiants en pràctiques també presenten índexs generalment elevats d'incompliment de supòsits ètics, tot i que cal tenir en compte que es troben en període de formatiu i que per tant no se'ls pot aplicar el mateix grau d'exigència que als professionals titulats. Es pot plantejar, tanmateix, la necessitat de reforçar les assignatures vinculades a la deontologia en els plans d'estudis, ja que alguns participants mencionen que es tracta d'una matèria que ha estat escassament tractada.

Amb relació a la titularitat de l'empresa, els treballadors de mitjans públics se senten molt protegits per la seva situació laboral, que generalment els garanteix un alt grau d'estabilitat laboral i personal, i també pels sistemes de presa de decisions de les seves respectives empreses, que utilitzen mecanismes molt més col·lectius que no pas en els mitjans privats, de caràcter molt més jeràrquic. A més, els professionals de mitjans públics mencionen l'existència de sistemes d'autoregulació per tal de garantir la qualitat

dels continguts i la independència dels professionals, mentre que entre els treballadors de mitjans privats es dona una menor importància a l'existència d'aquest tipus de mecanismes.

En l'àmbit territorial, d'altra banda, s'ha de tenir molt present la influència del marc polític. Els treballadors de mitjans locals presenten els índexs d'incompliment més elevats d'alguns supòsits ètics, especialment en aquells derivats de l'excés de feina, com la còpia d'informacions sense citar-ne la procedència o el fet de publicar una sola versió dels fets. Tanmateix, són els treballadors de mitjans d'abast espanyol –que presenten un alt nivell d'instabilitat però tenen salaris més alts que en l'àmbit local- els que manifesten veure més limitada la seva llibertat a l'hora de treballar. Tal com s'ha mencionat prèviament, aquesta recerca, duta a terme entre els anys 2016 i 2020, ha coincidit cronològicament amb el procés independentista de Catalunya, que ha fet aflorar posicions socials, polítiques i mediàtiques molt polaritzades. Els participants d'ideologia independentista que treballen per a mitjans d'abast espanyol –que majoritàriament van adoptar posicions maximalistes en contra l'independentisme- són els que més manifesten haver vist coartada la seva llibertat d'expressió, fet que pot haver influït en les seves respostes. Per tant, per verificar la influència de les condicions laborals en funció de l'àmbit territorial caldria realitzar una nova anàlisi en una època de major estabilitat política i, per tant, de menor polarització.

En la variable de gènere, en canvi, no es pot apreciar un vincle entre precarietat i ètica periodística. Malgrat que les dones registren un menor nivell d'ingressos i presenten majors índexs d'instabilitat, i moltes d'elles es veuen obligades a abandonar la professió per la impossibilitat de conciliar vida laboral i familiar, els seus comportaments en l'àmbit deontològic no presenten diferències rellevants respecte als seus col·legues masculins. En aquest cas, doncs, la precarietat és un condicionant per a les dones a nivell personal i professional, però no es reflecteix en la seva forma de treballar.

Més enllà d'aquesta influència directa en els treballadors més precaris, el marc laboral també condiona les actituds dels professionals que es troben en situacions menys

precàries, com els caps de secció i de redacció –càrrecs de responsabilitat associats a millors salaris i un major grau d'estabilitat-, que en alguns casos mostren un menor respecte a la deontologia que alguns dels seus subordinats més precaris. Els resultats indiquen que, malgrat que els ajudants de redacció –el col·lectiu més precari- són els professionals que veuen més limitada la seva llibertat a l'hora de treballar, en alguns casos, l'ascens de categoria –que sol anar acompanyat de millores salarials i laborals- pot comportar una pèrdua de llibertat i una major submissió a la línia editorial i a les directrius empresarials. Això es reflecteix en el fet que, en diverses ocasions, els càrrecs de responsabilitat presenten una freqüència de vulneració dels principis ètics superior a la dels redactors. Aquesta docilitat es pot explicar perquè, en un context tan competitiu, arriscar-se a ser degradat o fins i tot a perdre el lloc de treball pot suposar la impossibilitat d'aconseguir un nou lloc de treball amb unes condicions similars, de manera que alguns treballadors opten per intentar preservar una situació laboral favorable que, sovint, els ha costat molts anys d'aconseguir. Aquesta circumstància té conseqüències en el funcionament de la redacció, ja que són aquests càrrecs de responsabilitat els que s'encarreguen de transmetre les ordres a la resta de treballadors.

Un comportament similar s'observa entre els professionals que tenen contracte laboral, especialment els que són a temps complet i indefinits, que estan vinculats a millors salaris i generen un major grau de satisfacció laboral. Només la meitat dels participants disposa d'aquest tipus de contractes, de manera que es poden considerar uns “privilegiats” dins del sector, ja que a més són els que menys condicionats es consideren a l'hora de treballar. Tanmateix, les dades indiquen que aconseguir l'estabilitat d'un contracte té un cost deontològic, ja que aquells que estan contractats presenten un menor grau de llibertat i un major incompliment dels supòsits ètics plantejats que no pas aquells que no en tenen.

De la mateixa manera, es demostra que els autònoms i col·laboradors, malgrat trobar-se en situacions més precàries, presenten un major grau de compromís ètic. Per explicar aquest fenomen s'han de tenir en compte diversos factors: en primer lloc, que el fet de treballar des de l'exterior de la redacció atorga als professionals un major grau d'independència respecte a les pressions que es viuen dins la redacció, i els permet escapar d'unes rutines de producció caracteritzades per la precarietat i d'unes redaccions

on cada cop hi ha més feina i menys personal per fer-la. En segon lloc, perquè tal com argumenten alguns autònoms en les entrevistes en profunditat, s'han d'assegurar que el seu treball tingui un "plus" de qualitat per tal que les empreses considerin que val la pena comprar-lo, de manera que han de garantir una informació completa, veraç i contrastada. A més, cal tenir en compte que els autònoms solen ser experts en els seus respectius àmbits de coneixement, siguin temàtics o geogràfics, de manera que tenen una reputació adquirida i des de les redaccions se'ls sol donar un major marge de llibertat. Finalment, cal recordar que els autònoms no tenen la pressió d'haver de conservar unes condicions laborals favorables, sinó al contrari: una forma de guanyar-se el desitjat contracte és a través de l'ètica i la qualitat de les seves informacions.

Per tot plegat, la quarta hipòtesi complementària (HC.4), segons la qual els col·lectius amb unes condicions més precàries vulneren més freqüentment els principis ètics que aquells que disposen d'una millor situació, és només parcialment certa: la precarietat incideix de forma directa en el comportament d'alguns dels col·lectius amb més inestabilitat i pitjors salaris, però també condiciona les decisions d'aquells professionals amb millors condicions, que a vegades adopten una posició conservadora i dòcil per tal de conservar una posició laboral que, sovint, els ha comportat molts anys aconseguir.

6.4 Llibertat i veritat, els principis ètics més amenaçats

La cinquena hipòtesi complementària (HC.5) -que els principis ètics del periodisme es veuen amenaçats per la precarietat laboral, es pot confirmar, tot i que amb diferents intensitats. Els resultats indiquen que el marc laboral incideix especialment en el principi de llibertat, ja que limita els participants a prendre decisions que puguin qüestionar els seus superiors i/o anar en contra la línia editorial del mitjà, mentre que també facilita una major autocensura davant d'aquelles informacions que poden anar en contra els interessos de l'empresa on treballen. Amb relació al principi de llibertat, també s'observa una creixent publicació de continguts que en realitat són patrocinats i la publicació d'informacions que puguin beneficiar altres empreses i/o mitjans de comunicació amb els quals es té relació, un fenomen majoritàriament derivat de la pluriocupació a la qual es veuen abocats un terç dels professionals. Aquest marc laboral de precarietat també

influeix en el principi de veritat, especialment en pràctiques com la publicació d'informacions prenent com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'obtidran (el conegut fenomen com a "clic bait") i la còpia d'informacions procedents de comunicats de premsa, agències o altres mitjans sense citar-ne la procedència. En menor mesura també es veu afectat el principi de justícia, ja que la publicació d'una sola versió dels fets es revela com una pràctica habitual. En canvi, el principi de responsabilitat és el que es veu menys perjudicat, ja que entre els participants hi ha una consciència generalitzada contra la invasió de la privacitat i de la vida íntima de les persones. S'ha de tenir en compte, finalment, que els principis ètics i morals que guien els participants són majoritàriament de caràcter personal i individual, mentre els codis deontològics queden en segon terme.

6.4.1 Les pressions internes, principals condicionants

La principal conseqüència que s'observa dins d'aquest marc laboral precari és la limitació dels periodistes a l'hora d'elaborar els continguts informatius. Els resultats constaten la tendència apuntada per anteriors estudis sobre la situació del periodisme a Espanya, segons la qual la precarietat laboral fa que els periodistes siguin més vulnerables als interessos polítics i econòmics (Herrera-Damas i Macià-Barber, 2009; Roses, 2011; García Avilés et al, 2014; Palacio, 2015, 2018). En aquesta investigació s'observa que actituds com la publicació, modificació o eliminació per exigències d'un superior, l'adequació voluntària a la línia editorial del mitjà i l'autocensura davant d'informacions que puguin anar en contra dels interessos de l'empresa per a la qual es treballa són actituds que porten a terme –sigui de forma diària, freqüent o excepcional- més de la meitat dels participants. Es constata, doncs, que la majoria de pressions sobre els professionals tenen un origen intern, és a dir, procedeixen de la mateixa empresa, tant dels càrrecs de responsabilitat com de les pròpies dinàmiques de producció, corroborant així les conclusions de Gómez Aguilar (2009), García-Avilés et al (2014) i Palacio (2015, 2018). En canvi, les pressions externes –és a dir, directament procedents d'organismes polítics i/o econòmics- tenen una incidència molt menor, tot i que això no vol dir que no existeixin: els participants són molt conscients dels condicionants de caràcter econòmic i polític de les seves empreses, i en alguns casos els tenen tan interioritzats que no necessiten rebre instruccions directes per aplicar-los.

Tal com s'ha indicat prèviament, hi ha casos en què la llibertat es veu limitada per la precarietat –com succeeix en els col·lectius de periodistes més joves, les dones, els treballadors de mitjans digitals o els d'empreses privades-, però no es pot considerar que un millor salari o una situació laboral més estable siguin la clau per aconseguir-la, ja que s'observa que l'adequació a les directrius dels superiors i a la línia editorial de l'empresa, així com l'autocensura, són actituds que es mantenen al llarg de tota la trajectòria professional, ja que es consideren necessàries tant per aconseguir com per mantenir càrrecs de responsabilitat.

La publicació de continguts que en realitat són patrocinats és una altra de les actituds més habituals dels participants dins d'aquest marc de precarietat. Es tracta d'una forma de mercantilització de la informació descrita per García-Avilés (2014) i Riordan (2014) en la qual, malgrat que la deontologia periodística indica que s'ha de diferenciar clarament la informació de la publicitat, noves fórmules com el “branded content” o contingut patrocinat difuminen aquesta línia i en alguns casos fins i tot la fan desaparèixer, de manera que es fa difícil o impossible per al lector saber si hi ha una empresa que ha pagat per la publicació d'aquell contingut. Segons els resultats de l'enquesta, la publicació d'aquest tipus de continguts –deixant de banda els gabinets de comunicació- és especialment habitual en els mitjans digitals i impresos, en els privats –fet que és lògic perquè són els que bàsicament es financen a través de la publicitat- i d'àmbit territorial espanyol i català. En aquest cas, s'observa que el salari no té una influència directa, ja que totes les franges presenten un nivell de pràctica similar i els càrrecs de més responsabilitat –caps de secció i caps de redacció- són els que registren un major índex, de manera que es pot afirmar que es tracta d'una pràctica impulsada des dels càrrecs directius que després apliquen la resta de treballadors. Amb relació a la situació laboral, sí que es percep una influència de la precarietat, ja que els estudiants en pràctiques i treballadors a temps parcial i amb contractes temporals són els que presenten majors registres de pràctica diària i/o freqüent.

Una altra de les tendències detectades és la publicació de continguts que puguin beneficiar altres empreses o mitjans de comunicació amb els quals el periodista tingui relació, i en part està derivada d'un context de precarietat en què un terç dels professionals ha de recórrer a la pluriocupació per tal de poder arribar a final de mes. Els periodistes que es troben en les franges salarials més baixes –per sota dels 25.000 euros bruts anuals- són els que sucumbeixen de forma més freqüent davant d'aquests conflictes d'interès, tot i que també es detecten alguns casos entre els professionals més ben posicionats, és a dir, amb major estabilitat, un nivell més elevat d'ingressos i càrrecs de major responsabilitat. En aquests darrers casos, els conflictes d'interès no es poden vincular a la precarietat, sinó que poden estar vinculats als càrrecs assumits en una o més empreses o derivats de la simple voluntat d'augmentar el volum d'ingressos malgrat que no s'estigui en una situació precària.

Amb relació al principi de veritat, la principal amenaça consisteix en la publicació de continguts agafant com a criteri bàsic l'audiència o el nombre de visites que s'aconseguiran, pràctica que a Internet es coneix com a “clic-bait”. Aquest fenomen és especialment habitual en els mitjans privats i els digitals –ja que molts d'ells es financen per la publicitat obtinguda a partir del volum d'audiència- i el practiquen sobretot els professionals més joves i/o amb poca experiència, que són els que majoritàriament treballen en aquest tipus de mitjans. Destaca el fet que aquest tipus de pràctica també és més habitual entre els participants amb contracte i amb càrrecs de responsabilitat que entre els autònoms, redactors i ajudants de redacció, malgrat que aquests últims es troben en posicions més precàries. Igual que en el cas del contingut patrocinat, doncs, es conclou que es tracta de pràctiques estructurals impulsades des de les direccions de la redacció.

També vinculada al principi de veritat, una altra pràctica freqüent entre els participants és la còpia d'informacions procedents de comunicats de premsa, agències de notícies o altres mitjans sense citar-ne l'origen. Aquest fenomen, que ja ha estat analitzat per autors com Herbert (2001), Keeble (2009), Farias i Roses (2009) i Riordan (2014), es pot atribuir a l'excés de feina derivat de la manca de personal i té conseqüències nocives per a la qualitat de la informació: per una banda, hi ha l'evident risc de plagi, però per l'altra, tal com alerten Suárez Villegas et al (2009), la falta de temps i l'elevat volum de producció

fa que alguns professionals es limitin a reproduir de forma acrítica aquestes informacions sense contrastar-les, fet que pot conduir a la propagació d'informacions parcials o, en el pitjor dels casos, falses. A més, aquest tipus de pràctica també condueix a una creixent uniformització de continguts, ja que molts mitjans acaben reproduint els continguts que se'ls han facilitat de forma gairebé literal, i bona part dels periodistes s'han acostumat a rebre informacions en lloc de sortir a buscar-les.

De nou, aquesta pràctica és especialment freqüent entre els professionals més joves, els treballadors de mitjans digitals i els d'àmbit local, que són tres dels col·lectius més precaris. Tot i això, també destaquen índexs relativament elevats en el sector de la ràdio i el dels professionals d'entre 26 i 40 anys d'edat, que com s'ha mencionat es troben en ple procés de consolidació laboral. El més rellevant, tanmateix, és que els percentatges de còpia sense citar són més elevats entre aquells professionals que tenen contracte que no pas entre els autònoms, confirmant-se una vegada més que aquest col·lectiu, malgrat trobar-se en una situació precària, gaudeix d'una major llibertat a l'hora de treballar que li permet elaborar continguts de major qualitat, necessaris per assegurar-se que les empreses adquireixin els seus serveis. També cal subratllar que els treballadors de mitjans públics presenten un percentatge lleugerament superior al dels empleats de mitjans privats pel que fa a la còpia de continguts sense citar-ne l'origen, malgrat que aquests darrers es troben en una situació més precària.

La darrera gran conseqüència d'aquest context de precarietat és que la publicació d'una sola versió dels fets s'ha convertit en una pràctica cada cop més habitual. Aquest supòsit, vinculat al principi de justícia, pot tenir com a conseqüència la publicació d'informació parcial o interessada, així com limitar l'accés de determinades fonts a l'esfera pública, tal com alerta Singer (2006). Segons López i Mellado (2006), la manca de personal, la precarietat generalitzada i unes rutines professionals que exigeixen un alt ritme de treball deixen cada vegada menys temps als periodistes per consultar més d'una font, de manera que es prioritzen les fonts institucionals, que són fàcilment accessibles i tenen una elevada credibilitat. Els treballadors precaris dels mitjans digitals i locals són alguns dels que més porten a terme aquest tipus de pràctica, tot i que els índexs també són elevats entre col·lectius menys precaris, com els participants d'entre 26 i 40 anys d'edat –que, com

s'ha observat, es troben en ple procés de consolidació laboral- i els càrrecs de responsabilitat, vinculats a una major estabilitat i nivell d'ingressos. De nou s'observa com els autònoms presenten un índex més baix que els treballadors que disposen de contracte, circumstància que, com s'ha mencionat, es pot atribuir al fet que tenen una major necessitat de produir informació de qualitat –en aquest cas, amb fonts contrastades– per tal de poder vendre els seus continguts. D'altra banda, no s'observen diferències destacables en funció del gènere ni la titularitat del mitjà.

Finalment, els resultats indiquen que el principi de responsabilitat és el menys amenaçat en l'actual context de precarietat, ja que els participants neguen majoritàriament pràctiques com la invasió de la intimitat dels protagonistes de les informacions i la captació o l'ús d'imatges de persones que no desitgen aparèixer en públic. Aquest rebuig respon a una qüestió molt personal, especialment en el cas d'accidents i/o crims, ja que els professionals molt sovint senten empatia amb les víctimes i per tant actuen de la mateixa manera que els agradaria ser tractats a ells mateixos en cas de trobar-se en una situació similar.

6.4.2 Una moral individual i condicionada per la precarietat

L'ètica és percebuda pels participants com un element clau en l'exercici del periodisme, especialment en un context en què l'exercici de la professió no està sotmès a cap regulació i per tant prolifera la publicació de continguts sense contrastar, especialment a través d'Internet i les xarxes socials. En aquest context, el factor personal esdevé un element primordial en els judicis ètics dels participants, que es guien més per la seva moral individual que pels elements d'autoregulació, com els codis deontològics, que són percebuts com a positius però poc efectius a l'hora de garantir l'ètica de la professió. En canvi, els experts vinculats al Col·legi de Periodistes defensen la validesa del Codi Deontològic com a element de consens deontològic.

Professionals i experts coincideixen en reivindicar l'ètica periodística com a element central i definitori de la professió, considerant-la un element imprescindible per distingir

entre periodisme i altres tipus de publicacions que ofereixen informacions no contrastades i possiblement falses. De fet, hi ha la percepció compartida que l'element que defineix un periodista no és la seva formació ni la seva afiliació a algun organisme de representació col·lectiva, sinó la seva adherència als valors ètics de la professió. Uns valors que, per a la majoria de professionals, es defineixen a partir de la moral individual de cada periodista, malgrat que alguns d'ells, com la veracitat i l'honradesa, són mencionats en gairebé tots els casos. L'existència de codis deontològics és valorada positivament, però aquests elements també són considerats poc efectius i allunyats de la pràctica diària de la professió. Per tant, la majoria de participants assegura guiar-se per judicis personals – una moral individualista i interna- que no pas pels elements col·lectius d'autoregulació. Com s'ha mencionat, tres dels factors que poden explicar aquest individualisme és la falta d'educació deontològica –tant entre els graduats en Periodisme com entre aquells que han estudiat altres carreres-, les rutines professionals que prioritzen la producció per sobre de la qualitat de la informació i unes redaccions cada vegada més buides on predominen joves i autònoms, de manera que els veterans tenen cada cop menys capacitat per transmetre els seus coneixements ètics a les noves generacions de periodistes.

Malgrat reconèixer la importància de la moral individual, els experts vinculats al Col·legi de Periodistes –els exdegans Salvador Alsius i Neus Bonet- reivindiquen el paper del codi deontològic com a referent a l'hora d'oferir directrius morals compartides per a la professió, malgrat admetre que la precarietat laboral, sumada a l'elevat ritme de treball derivat de les actuals rutines de producció, en dificulta el compliment. Molts dels professionals comparteixen aquesta opinió, i admeten que el seu judici ètic està condicionat per factors com l'excés de feina derivat de la falta de personal i l'elevat ritme de publicació de continguts en diferents suports, però també per la seva inestabilitat laboral –la por a patir una degradació professional o perdre la feina- en un sector que contempen amb pessimisme, ja que són conscients que molts mitjans, especialment els digitals i escrits, tenen problemes de finançament que no veuen amb perspectives de ser resolts a curt o mitjà termini. Tenint en compte l'elevat component vocacional que té el periodisme, els professionals senten un malestar intern davant les renúncies ètiques que a vegades se senten forçats a fer, de manera que intenten reconduir-les en tots aquells casos que sigui possible. Quan, malgrat les seves reticències, es veuen obligats a prendre

alguna decisió que va en contra les seves conviccions, utilitzen la retirada de la signatura com a eximent de la responsabilitat, que traspassen a les empreses.

6.5 Un futur incert per a una professió en crisi

Els resultats d'aquesta investigació dibuixen, a principis de 2020, un futur incert per al periodisme, que a totes les crisis que ha patit, i de les quals encara no s'ha acabat de recuperar, se n'hi ha de sumar una de nova de conseqüències encara imprevisibles: la derivada de la pandèmia de la Covid-19, que en el moment de redactar aquestes línies - dos mesos després de l'inici de la crisi sanitària- ja ha sacsejat els fonaments de la indústria comunicativa a Espanya, i que a mitjà i llarg termini pot comportar una major precarització de la professió. Les conseqüències de la Covid-19 s'han d'afegir, doncs, al llistat de reptes estructurals que des de fa anys arrossega la professió, i que sense dubte hauran de ser objecte de futures investigacions. En aquest darrer apartat s'analitzen, doncs, els reptes del periodisme després de la Covid-19, s'apunten possibles solucions a la difícil tasca d'abolir -o com a mínim, pal·liar- la precarietat laboral i defensar l'ètica periodística i es tracen algunes de les línies d'investigació que seran necessàries en el futur.

6.5.1 El periodisme després de la Covid-19

A principis de 2020, la pandèmia de la Covid-19 ha generat una crisi sanitària i econòmica mundial sense precedents. La ràpida propagació de la malaltia, el seu desconeixement per part dels científics i l'alt percentatge de mortalitat que causa en la gent gran ha portat governs d'arreu del món a confinar bona part de la seva població a casa seva, reduint considerablement la seva activitat econòmica i, en alguns casos, arribant a una paralització gairebé total de les activitats no essencials. El govern espanyol ha estat, en el context europeu, un dels que ha implantat les mesures més restrictives, tot decretant el 13 de març de 2020 la situació d'estat d'alarma (BOE núm 67, 2020), que restringeix la lliure circulació de persones i que a l'hora de redactar aquestes línies encara es troba en vigor a través de l'aprovació de successives pròrrogues. I més enllà de la crisi sanitària, s'obre la perspectiva d'una crisi econòmica de dimensions encara desconegudes. A maig de 2020,

es fa impossible calibrar tot l'impacte que tindrà la crisi de la Covid-19 en el sector del periodisme, però sense dubte pot suposar un abans i un després per a la professió, especialment en les seves condicions de treball. De moment, en només dos mesos de pandèmia a Espanya (de març a maig de 2020), la Covid-19 ja ha sacsejat els precaris fonaments del periodisme i ha obert nous reptes en l'àmbit laboral i deontològic en els quals hauran d'aprofundir futures investigacions.

Malgrat que la declaració de l'estat d'alarma a Espanya ha permès que els mitjans de comunicació continuessin funcionant, ja que el govern els ha atorgat la categoria d'activitat essencial, la paralització de l'activitat econòmica ha generat un notable descens de la publicitat. Igual que va succeir l'any 2008, la majoria de mitjans han tornat a veure dràsticament reduïda la seva principal via de finançament, fet que ha conduït nombroses empreses de comunicació -inclosos alguns dels grans grups mediàtics, com Prens Ibérica, Mediapro o Vocento, entre molts altres- a retallar salaris i presentar expedients de regulació temporal d'ocupació (ERTO) per a bona part de les seves plantilles (Sindicat de Periodistes, 26 de març de 2020). De nou, un dels sectors que més afectat s'ha vist és el de la premsa, i el fet que la major part d'aquests expedients es presentessin en les primeres setmanes de l'estat d'alarma constata l'extrema fragilitat econòmica de les empreses de comunicació. Així, caldrà monitorar atentament què succeeix un cop finalitzi l'estat d'alarma, ja que la crisi econòmica podria comportar una lenta recuperació de la inversió publicitària que pot derivar en una nova onada de tancament de mitjans i/o acomiadaments definitius.

Un altre factor de precarització són els autònoms, molt perjudicats per la caiguda d'encàrrecs durant l'estat d'alarma i també per les restriccions a l'hora de fer la seva feina, que es poden allargar en el temps. Per exemple, el Sindicat de Periodistes ha denunciat que la Lliga de Futbol Professional ha restringit l'accés dels informadors, especialment els mitjans gràfics, als estadis, de manera que serà el propi gabinet de comunicació de la Lliga qui distribueixi les imatges que consideri adients. Segons denunciïn des del Sindicat, això no només deixarà professionals sense feina, sinó que també restringirà la llibertat d'informació, perquè serà la Lliga qui decideixi quines imatges i informacions es fan públiques (Sindicat de Periodistes, 12 de maig de 2020). Tot fa témer que altres

organismes similars, especialment aquells que operen en espais multitudinaris (teatres, auditoris, etc.) puguin adoptar decisions similars.

Les restriccions en la mobilitat i les mesures de seguretat imposades per evitar la propagació de la Covid-19 també han conduït a la majoria d'empreses de comunicació a implantar el teletreball per a bona part dels seus periodistes. D'aquesta manera, les redaccions han estat substituïdes, almenys temporalment, per periodistes treballant de forma individual des de casa seva, quelcom que fins al moment era una pràctica circumscribida gairebé exclusivament en l'àmbit dels autònoms. El teletreball pot generar una major precarització de les condicions laborals, ja que caldria investigar quines empreses han assumit les despeses del teletreball dels seus periodistes (eines de treball, subministraments, material sanitari....) i en quins casos han anat a compte dels propis treballadors, molts dels quals han vist retallat el seu salari o s'han vist inclosos en un ERTO. A més, el fet de treballar des de casa en situació de confinament també pot comportar un augment de la disponibilitat dels periodistes, que veuen com es dilueixen cada cop més els límits entre la seva vida personal i professional.

Així, la situació en què quedin les condicions laborals dels periodistes, així com les seves noves rutines professionals, hauran de ser línies de recerca prioritàries un cop hagi passat la pandèmia, ja que poden provocar canvis irreversibles en l'exercici de la professió i aprofundir encara més en les desigualtats que ja existeixen en el sector. A l'hora de finalitzar aquesta tesi s'han començat a fer els primers estudis, com per exemple una enquesta a professionals duta a terme per la Federació Internacional de Periodistes (FIP) entre el 26 i el 28 d'abril de 2020 i que va recollir 1.308 respostes en 77 països. Segons els seus resultats, la Covid-19 ha causat un major estrès i ansietat entre els professionals a l'hora de treballar, especialment entre les dones, i un 35% dels participants han canviat els seus enfocaments periodístics arran de la crisi (Sindicat de Periodistes de Catalunya, 12 de maig de 2020). Tot i això, el teletreball també obre perspectives positives, especialment per les oportunitats que ofereix de conciliar la vida laboral i familiar, una de les qüestions que més dificulta a les dones el desenvolupament de la seva carrera professional i la possibilitat d'aconseguir posicions de comandament. Per tant, seran necessàries noves recerques que determinin si la implantació del teletreball ha estat

temporal o definitiva i que permetin comprovar quines han estat les seves conseqüències en les rutines professionals.

En l'àmbit deontològic, tal com apunta Alsius en l'entrevista en profunditat, el teletreball contribueix a l'atomització de les redaccions i, per tant, a reduir la socialització dels seus professionals, tot obligant-los a resoldre dubtes i prendre decisions deontològiques de manera cada cop més individualitzada, malgrat l'existència de programes que permeten les videoconferències. Tot i això, durant aquesta pandèmia diverses institucions han publicat guies i directrius per tal d'ajudar els periodistes a informar sobre la crisi de la Covid-19 de forma responsable i ètica. Entre aquestes publicacions hi ha les recomanacions de l'Organització Mundial de la Salut, que vol facilitar eines als professionals per a la publicació d'informacions rigoroses i basades en evidències (OMS, 2020); la guia del Poynter Institute per a fomentar la responsabilitat i evitar l'alarmisme amb relació a la pandèmia (Tompkins, 2020); les directrius de l'Ethical Journalism Network per ajudar els periodistes a superar la pressió que suposa treballar en les circumstàncies de la pandèmia (Storm, 2020) i, dins l'àmbit espanyol, la recopilació de recomanacions de l'Asociación de la Pensa de Madrid, que recull els consells de reporters experimentats, experts i organitzacions periodístiques (APM, 2020).

També seran imprescindibles futures investigacions sobre el tractament mediàtic de la pandèmia, amb anàlisis de contingut que posin el focus en alguns supòsits ètics bàsics com el sensacionalisme, el respecte a la intimitat de les víctimes o el contrast de les informacions. Tot i això, dos mesos han estat suficients per comprovar que els principis de veritat i llibertat són dues de les potencials víctimes de la Covid-19. En el cas de la veritat, l'expectació generada per la crisi del coronavirus ha agreujat el problema de la disseminació de notícies falses, ja que a finals d'abril el govern espanyol havia detectat ja més de 200 mentides sobre la Covid-19 corrent per les xarxes socials; una preocupació compartida per la resta de països de la Unió Europea i l'OTAN, principals víctimes d'aquestes campanyes de desinformació, que disseminen el suposat fracàs europeu en la gestió de la crisi i la pretesa eficàcia dels governs de Xina i Rússia (de Riego, 2020). Aquesta preocupació institucional ha estat corroborada per empreses com Facebook, que

assegura haver esborrat centenars de milers de notícies falses sobre la Covid-19 a les xarxes socials d'arreu del món (Efe Noticias, 2020).

Malgrat que s'ha accentuat durant la pandèmia de la Covid-19, la preocupació de governs i institucions per la disseminació de notícies falses -especialment aquelles que poden posar en risc el seu poder- ve de temps enrere, de manera que caldrà parar atenció a si aquesta emergència mundial es converteix en l'excusa per a reduir la llibertat dels periodistes a l'hora d'informar. De moment, ja hi ha algunes pistes que indiquen que aquesta podria ser la intenció d'alguns governs. Reporters sense Fronteres ha denunciat el retrocés en la llibertat d'expressió que estan exercint els governs de diferents països arran de la crisi del coronavirus, amb actuacions que inclouen el desenvolupament de lleis més restrictives amb la llibertat de premsa, censura, repressió, assetjament i detenció de periodistes o la implantació, en països com Hongria, d'un "estat policial de la informació" (RSF, 14 d'abril de 2020). Per la seva banda, l'International Press Institute també ha denunciat nombroses violacions de la llibertat de premsa arreu del món durant la pandèmia, també relacionades amb l'empresonament de periodistes, restriccions en l'accés a la informació, censura, una regulació excessiva davant les notícies falses i els atacs físics o verbals contra professionals de la informació (IPI, 2020).

Les actuacions del govern espanyol en matèria de llibertat d'expressió durant la crisi de la Covid-19 també han estat qüestionades des de l'àmbit periodístic. Diverses entitats han demanat al govern més rapidesa i una major transparència amb totes les qüestions relacionades amb la pandèmia (sanitàries, legals, pressupostàries, mediambientals....) i un sistema digital de rendiment de comptes per tal que els periodistes puguin traçar les actuacions governamentals relacionades amb la gestió de la crisi (RSF, 27 d'abril de 2020). També ha generat una forta indignació en el sector la pregunta inclosa dins del baròmetre d'abril del Centre d'Investigacions Sociològiques. L'organisme governamental que va preguntar si en aquells moments "s'hauria de prohibir la difusió de mentides i informacions enganyoses i poc fonamentades a les xarxes i mitjans de comunicació social, remetent tota la informació de la pandèmia a fonts oficials, o creu que s'ha de mantenir la llibertat total per a la difusió de notícies i informacions?" (CIS, abril de 2020). Aquesta pregunta va generar un fort rebuig entre la majoria d'associacions

de professionals, que van témer que es tractés d'una primera maniobra per limitar en un futur la llibertat de premsa i la van considerar “impròpia d'un sistema democràtic” (FAPE, 2020). Tot i això, la pandèmia ha posat de manifest, una vegada més, la falta d'unitat d'acció entre totes les associacions, col·legis, sindicats i entitats que defensen els interessos dels periodistes a Espanya, sovint altament polititzades i enfrontades internament entre elles. D'aquesta manera, malgrat que en molts casos les peticions han estat similars -garantir la llibertat de premsa, protecció de la tasca dels periodistes o plans d'ajuda per assegurar la viabilitat del sector, entre altres-, no s'han articulats de forma conjunta, fet que ha perjudicat les seves opcions de ser tingudes en compte.

6.5.2 Reptes per a resoldre una crisi estructural

Els reptes generats per la Covid-19 evidencien la situació de fragilitat amb què es troben tant el periodisme com la indústria dels mitjans de comunicació, especialment en l'àmbit econòmic. Malgrat que el sector ha demanat ajudes econòmiques urgents al govern espanyol per fer front a les conseqüències de la pandèmia, és imprescindible que empreses i professionals, tant a nivell individual com de forma col·lectiva, siguin capaços d'abordar les decisions necessàries per fer front als problemes estructurals del sector i poder garantir en el futur la defensa dels drets laborals i la deontologia professional. Per a fer-ho, serà imprescindible aconseguir la implicació de l'administració, les organitzacions professionals i el conjunt de la ciutadania.

Una de les prioritats per aconseguir que la informació sigui un negoci viable -pas imprescindible per a garantir unes bones condicions laborals dels treballadors- és que les empreses periodístiques apostin per noves vies de finançament, especialment en l'àmbit digital, per intentar superar l'excessiva dependència de la publicitat. En aquest sentit, i malgrat que durant molts anys la majoria de grans empreses han optat per oferir els seus continguts gratuïtament a Internet per tal d'obtenir més lectors i, per tant, una major quota publicitària, en els darrers mesos hi ha cada cop més empreses que han optat per la implantació de murs de pagament, que requereixen a la ciutadania pagar per una part de la informació. D'aquesta manera, a la iniciativa de mitjans com *eldiario.es*, que des del seu naixement ha apostat per tenir una sòlida comunitat de subscriptors, o el diari *Ara*,

que va ser un dels pioners en aixecar un mur de pagament, s'hi ha sumat progressivament *El Punt Avui*, *El Mundo* i *El País*, entre altres. Caldrà observar si aquests processos culminen amb èxit, ja que un model de negoci rendible és un element imprescindible perquè els treballadors puguin reivindicar millores laborals, però també per garantir un major grau d'independència respecte als poders polítics i econòmics. En aquest sentit, la pandèmia de la Covid-19 s'ha convertit en una bona ocasió per testar la confiança de la ciutadania en els mitjans de comunicació, ja que els resultats de la implantació dels murs de pagament en aquest context seran clau per al futur de la professió. A hores d'ara, dos mesos després de l'inici de la pandèmia, s'ha pogut constatar que *eldiario.es* o *l'Ara*, que porten més temps amb el model de pagament implantat, es troben entre els que estan aguantant millor la pandèmia a nivell econòmic, ja que han hagut de retallar salaris entre les categories més altes però de moment no han fet cap ERTO entre els seus treballadors.

Però per aconseguir que la ciutadania estigui disposada a pagar pels continguts, és imprescindible que el periodisme sigui capaç de complir amb la seva funció primordial d'oferir una informació veraç i contrastada i recuperi el prestigi perdut davant la societat. Una de les vies per aconseguir-ho és oferir continguts de qualitat a partir del respecte a la deontologia, que en una professió tan poc regulada com el periodisme es converteix en un element imprescindible per diferenciar el periodisme d'altres formes de comunicació i/o de la propaganda. De fet, en un context en què proliferen la desinformació i les notícies falses, el respecte a l'ètica periodística es pot convertir en un valor afegit que ofereixin els mitjans per guanyar-se la confiança de la ciutadania. Tanmateix, aquesta responsabilitat, que fins ara ha recaigut majoritàriament sobre els periodistes, cal que sigui assumida de forma compartida també per l'administració pública i per les empreses. Si l'administració pública no facilita les bases per a l'exercici d'un periodisme de qualitat, i si les direccions de les empreses no faciliten el compliment dels principis ètics a través de promoure bones pràctiques i d'unes condicions de treball dignes, serà molt difícil que els periodistes –que com qualsevol altre treballador necessiten ingressos per poder arribar a finals de mes- puguin garantir per si sols que els continguts que elaboren tinguin la qualitat necessària.

Així, per una banda caldria que els instruments d'autoregulació periodística, començant pels codis deontològics, deixessin de posar l'accent únicament en el comportament individual dels professionals i estenguessin les seves directrius a les organitzacions empresarials. També seria imprescindible reforçar la implicació empresarial en el Consell de la Informació de Catalunya, per tal que les empreses se sentissin més interpel·lades per les seves directrius encara que no s'estableixin sancions. D'altra banda, es fa necessària una actuació més valenta per part de l'administració pública per garantir uns continguts de qualitat sense limitar la llibertat d'expressió. Una via seria que el govern incorporés criteris de qualitat a l'hora de repartir les llicències, la publicitat institucional i/o els ajuts als mitjans de comunicació, tenint en compte factors com per exemple el percentatge de notícies de producció pròpia del mitjà o les condicions laborals dels seus treballadors. Es tracta d'una proposta complementària al "segell de qualitat" suggerit pel doctor Macià-Barber, que serviria per garantir a la ciutadania que aquell mitjà aplica criteris de qualitat a l'hora de produir la informació. També és imprescindible que l'administració pública doni exemple amb una contractació responsable, i que requereixi la formació en periodisme i/o comunicació per als llocs de treball especialitzats per tal de posar fre a l'intrusisme professional i garantir una comunicació de qualitat, tal com ha demanat en diverses ocasions el Grup de Treball de Gabinet del Col·legi de Periodistes (Col·legi de Periodistes, 2017).

Malgrat que la falta de regulació fa impossible posar fre a l'intrusisme professional, l'elevada precarietat que pateix el sector requereix abordar un redimensionament dels estudis de periodisme i/o comunicació a Catalunya, ja que el mercat laboral actual no pot absorbir tota la mà d'obra que es gradua cada any i l'excedent de periodistes contribueix a precaritzar les condicions de treball. Algunes universitats, com per exemple la UAB, ja han començat a adaptar els seus plans d'estudis a noves sortides professionals com la comunicació corporativa, mentre que també caldrà abordar, de manera conjunta entre universitats, empreses i institucions com el Col·legi i el Sindicat de Periodistes, una major regulació de les pràctiques dels alumnes, per evitar que es produeixin abusos i s'utilitzin estudiants en formació per cobrir llocs de treball que haurien de correspondre a professionals.

A hores d'ara, tanmateix, la saturació del mercat laboral fa que els professionals es vegin obligats a buscar noves sortides. Una de les més populars és la comunicació corporativa, que a més sol oferir als periodistes una major estabilitat, un nivell més elevat d'ingressos i uns horaris laborals més conciliadors que els mitjans de comunicació. Es tracta, doncs, d'un nínxol de mercat cada vegada més atractiu per a professionals de totes les edats, però cal tenir en compte que la naturalesa de la comunicació corporativa i els principis deontològics que la guien no són els mateixos que caracteritzen el periodisme, ja que la comunicació corporativa respon als interessos d'una determinada empresa i/o institució i no als de la ciutadania, com en el cas del periodisme. Per tant, en el futur caldrà resoldre com es relacionen aquestes dues branques de la comunicació i evitar que es produeixi una confusió de rols que pugui tenir conseqüències sobre la informació que es transmet a la ciutadania. Una altra nova sortida professional per als periodistes és l'emprenedoria digital, ja que Internet ha agilitzat i abaratit els costos de produir i difondre informació, facilitant que qualsevol persona pugui crear el seu propi mitjà de comunicació digital a un cost relativament baix. Tanmateix, en un moment en què encara no s'ha trobat un model de negoci sòlid per als mitjans digitals, hi ha pocs projectes nascuts a Internet que aconseguixin sobreviure obtenint beneficis, mentre que molts d'altres s'han saldat amb fracàs i han acabat tancant. Es tracta, per tant, d'una opció que molts professionals encara observen amb reticència.

La ciutadania, amb el seu consum, també juga un paper primordial a l'hora de garantir la qualitat del periodisme, malgrat que, al contrari del que dicten els postulats de la doctrina liberal, resulti contraproductiu deixar-ho únicament en les seves mans. En aquest sentit, resulta imprescindible dotar la societat, especialment infants i joves, d'una educació mediàtica de qualitat que els conscienciï de la necessitat d'una informació independent, veraç i contrastada i que els doti de recursos suficients per saber discernir les desinformacions i intoxicacions deliberades que els arriben a les xarxes socials. Per tant, seria convenient potenciar campanyes similars a la de Premsa a les escoles, que el Col·legi de Periodistes porta a terme des de l'any 2009 als centres de secundària catalans per explicar la funció social dels mitjans i reflexionar sobre les noves formes de consum informatiu, així com per aprendre a distingir la informació de qualitat en temps de notícies falses (Col·legi de Periodistes, 26 de febrer de 2019).

La implicació d'empreses, administració i ciutadania és imprescindible per garantir un futur que permeti la supervivència del periodisme i unes condicions laborals dignes per als professionals que s'hi dediquen, però la lluita contra la precarietat laboral també requereix una major unitat d'acció dels periodistes i els seus organismes de representació col·lectiva, que de moment no s'ha materialitzat en una professió caracteritzada per un elevat grau d'individualisme. El fet que la col·legiació no sigui obligatòria impedeix que hi hagi un organisme representatiu i fort que pugui defensar els interessos dels professionals, malgrat els ingents esforços realitzats pel Col·legi i el Sindicat de Periodistes. Els comitès d'empresa, per la seva banda, estan quedant debilitats en unes redaccions cada cop més buides, amb un creixent nombre d'autònoms i professionals joves i precaris que sovint estan més preocupats per intentar aconseguir un lloc de treball que per articular lluites compartides. El resultat és que, més enllà d'alguns tímids intents de denúncia, no s'ha articular cap plataforma ni moviment sòlid que articuli la denúncia de la precarietat laboral en el sector periodístic a Catalunya ni a Espanya, que seria altament necessari. Les principals beneficiàries d'aquesta falta d'unitat són les empreses, que continuen acomiadant i precaritzant les condicions dels seus treballadors sense que hi hagi una resposta compartida.

6.5.3 Futures línies de recerca

La present investigació ha volgut posar de manifest el paper clau que juguen les condicions laborals en els judicis ètics dels periodistes i, per tant, en els continguts periodístics que es produeixen a Catalunya. Però tenint en compte el moment de profunda transformació que està vivint el sector, i que probablement es veurà accelerada per tots els reptes sorgits de la crisi de la Covid-19, caldrà que futures investigacions continuïn analitzant l'evolució de les condicions laborals dels periodistes i les conseqüències que la precarietat té en les seves rutines professionals i judicis ètics. En aquests moments, i especialment a causa de la caiguda de la publicitat i l'allau d'ERTO per la Covid-19, res convida a l'optimisme i no sembla que el context de precarietat en el sector del periodisme hagi de desaparèixer malgrat les noves mesures com la progressiva implantació de murs

de pagament en alguns dels principals mitjans de comunicació espanyols i catalans o l'increment del salari mínim mensual³².

Per tal de poder monitorar aquesta evolució, és imprescindible que existeixi un seguiment periòdic de l'evolució de les condicions laborals dels periodistes a Catalunya, en un format que podria ser similar a l'Informe Anual de la Professi3 Periodística publicat per l'APM. El problema és que qualsevol investigaci3 d'aquesta naturalesa estarà condicionada, precisament, per les mateixes limitacions amb què s'ha trobat aquesta tesi: la falta de regulaci3 de la professi3 periodística, que impedeix disposar d'un registre fiable que permeti establir un univers de professionals i, per tant, realitzar la selecci3 d'una mostra més acurada. Per aquest motiu, és imprescindible que qualsevol iniciativa que vulgui copsar l'estat d'ànim i les condicions laborals dels periodistes s'articuli a partir d'una estreta col·laboraci3 entre l'àmbit universitari i el sector professional (Col·legi, sindicats, comitès d'empresa...), per tal d'arribar al màxim nombre de periodistes i aconseguir un resultat el més acurat possible.

Per a aquesta tesi, s'ha optat per combinar l'enquesta amb les entrevistes en profunditat per tal d'aconseguir un retrat fidedigne de la professi3, combinant les dades estadístiques amb les percepci3 dels professionals. Tot i aix3, la principal limitaci3 d'ambdues metodologies és que es basen únicament en les respostes, sentiments i opini3 dels periodistes i professionals implicats, que són una font subjectiva perquè les seves respostes poden estar influïdes per la seva pr3pia ideologia i/o experiència. Per tal de superar aquesta limitaci3, futures recerques es podrien complementar amb l'ús de metodologies complementàries de caràcter extern, com l'observaci3 participant, que permetria a l'investigador observar directament les dinàmiques de presa de decisions dins d'una redacci3 sense haver-se de refiar exclusivament de les respostes dels implicats; o l'anàlisi dels continguts publicats pels mitjans, que permeten una avaluaci3 dels sup3sits ètics més enllà de les percepci3 dels implicats.

³² Mesura impulsada pel govern d'Espanya el febrer de 2020

L'escassetat d'investigacions internacionals que vinculin la precarietat laboral i l'ètica periodística fa que sigui difícil comparar els resultats obtinguts amb els d'altres països, especialment en el context europeu. Hi pot influir el fet que Espanya va ser un dels països europeus que més va patir en la crisi econòmica de 2008, de manera que, tal com constata l'estudi internacional MediaAct (Fengler et al, 2014), els periodistes espanyols estan més preocupats per qüestions com els baixos salaris que no pas els seus homòlegs d'altres països. Es fan necessàries, doncs, més investigacions de caràcter internacional per tal de poder determinar si la relació que es produeix entre precarietat i ètica es limita només a l'àmbit català o si, per contra, es poden traçar paral·lelismes amb altres països. La comparació és més factible dins l'àmbit europeu, no només per la proximitat geogràfica, cultural i social, sinó també perquè al vell continent la teoria de la responsabilitat social està més estesa que no pas als Estats Units, on impera un neoliberalisme més salvatge.

Així doncs, malgrat que la present investigació s'ha emmarcat dins l'àmbit territorial de Catalunya, les variables utilitzades per a l'anàlisi, tant les sociodemogràfiques com les vinculades al lloc de treball i a les condicions laborals, poden ser vàlides per a investigacions similars en el context d'altres països occidentals. També ho són els supòsits ètics que s'han sotmès a consideració dels participants, ja que s'ha partit de la base de principis ètics universals i no de codis deontològics arrelats a un territori en particular. Tot i això, el fet que la investigació s'hagi dut a terme a Catalunya la dota d'algunes particularitats. La més important és, sense dubte, la coincidència temporal de la recerca amb el procés independentista, que ha extremat la polarització política i mediàtica i que, sense dubte, ha pogut influir en les respostes dels participants, tot accentuant la preocupació per les qüestions relacionades amb la política, la llibertat d'expressió i l'autolimitació.

Més enllà de les condicions laborals, la crisi social i de confiança que pateix el periodisme també requereix que la deontologia continuï essent una línia d'investigació prioritària, especialment davant dels nous reptes derivats de les noves tecnologies. Sense dubte, una de les noves línies de recerca que està començant a generar més interès en aquest àmbit és la intel·ligència artificial aplicada al periodisme. L'ús d'algoritmes en la distribució d'informacions a través de la xarxa i d'eines de posicionament web, que fins i tot

condicionen la redacció dels continguts per tal d'aconseguir un major nombre de visites, generen nous reptes en l'àmbit de la transparència i la responsabilitat social; mentre que l'ús de la intel·ligència artificial per a la fabricació de notícies falses es converteix en una de les principals amenaces per al principi de veritat, imprescindible en qualsevol democràcia. També caldrà estar molt atents, des del món acadèmic i professional, a les possibles restriccions del principi de llibertat que puguin exercir els governs -tant locals com d'arreu del món- agafant com a arguments la lluita contra les notícies falses o raons relacionades amb la seguretat nacional.

En tot cas, tant el respecte a la deontologia com unes condicions laborals dignes seran elements imprescindibles per garantir la supervivència del periodisme i evitar que es dilueixi en altres formes de comunicació com la publicitat o la propaganda. Tot apunta, tanmateix, que el camí per aconseguir-ho no serà fàcil, i que de cap manera es podrà aconseguir si no es compta amb la implicació dels professionals, les institucions, les empreses, les universitats i la ciutadania. Només amb la col·laboració de tots els actors implicats es podrà aconseguir un sistema mediàtic que superi la simple mercantilització i permeti als periodistes complir amb la seva funció primordial d'oferir una informació veraç i contrastada a la ciutadania que permeti enfortir la democràcia.

7. REFERÈNCIES

Agencia Española de Protección de Datos (2019). *Derecho de supresión (“al olvido”): buscadores de Internet*. Recuperat el 30 de novembre de 2019 de: <https://www.aepd.es/es/areas-de-actuacion/internet-y-redes-sociales/derecho-al-olvido>

Alcalá, F. (2010). Sensacionalismo o sensibilización. Qué función cumplen las imágenes de personas muertas en los medios? A: S. Alsius, i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p. 243-256). Barcelona: Editorial UOC

Almiron, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, (61). Recuperat el 10 de gener de 2017 de: <http://www.revistalatinacs.org/200609Almiron.pdf>

Almiron, N. (2009). Grupos privados propietarios de medios de comunicación en España: principales datos estructurales y financieros. *Comunicación y Sociedad*, 22 (1), 243-273. Recuperat el 20 de febrer de 2017 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3021472>

Alsius, S. (1998). *Ètica i Periodisme*. Barcelona: Pòrtic.

Alsius, S. (1999). *Codis ètics del periodisme televisiu*. Barcelona: Pòrtic.

Alsius, S. (ed). (2010). *The ethical values of journalists: field research among media professionals in Catalonia*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Alsius, S., i Salgado, F. (eds). (2010). *La ética informativa vista por los ciudadanos*. Barcelona: Editorial UOC.

Alsius, S. (2012). La millor llei de premsa és la que no existeix? Donant-li voltes a la regulació i l'autoregulació. Bellaterra: Incom-UAB. Recuperat el 3 de maig de 2017 de: https://incom.uab.cat/portacom/wp-content/uploads/2020/01/69_cat.pdf

Arbós, M. (2018). Precaris. *Capçalera* (177), 6-11. Recuperat el 6 de juny de 2019 de: <https://www.periodistes.cat/capcalera/precaris>

Asociación de la Prensa de Madrid (2020). *Recopilación de recomendaciones para periodistas que cubren la pandemia*. Recuperat de: <https://www.apmadrid.es/recopilacion-de-recomendaciones-para-periodistas-que-cubren-la-pandemia/>

Atkinson, R, i Flint, J. (2001). Accessing Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies. *Social Research Update* (33). Recuperat el 2 de juliol de 2017 de: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU33.html>

Aznar, H. (1999). *Ètica y periodismo. Códigos, estatutos y otros elementos de autorregulación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

- Aznar, H. (2005). *Ética de la Comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Bagdikian, B. (1999). The Media Monopoly. A: H. Tumber (ed), *News* (p. 148-154). Oxford: Oxford University Press.
- Baines, S. (1999). Servicing the media: freelancing, teleworking and “enterprising” careers. *New Technology, Work and Employment*, 14(1), 18-31. Doi: [10.1111/1468-005X.00050](https://doi.org/10.1111/1468-005X.00050)
- Barbour, R., i Schostak, J. (2005). Interviewing and Focus groups. A: B. Somekh i C. Lewin (eds), *Research Methods In the Social Sciences* (p.41-55). Londres: Sage.
- Bardoel, J., i D’Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications* (29), 5-25. Doi: [10.1515/comm.2004.007](https://doi.org/10.1515/comm.2004.007)
- Beckett, C, i Deuze, M. (2016). On the Role of Emotion in the Future of Journalism. *Social Media + Society*, 2 (3), 1-6. Doi: [10.1177/2056305116662395](https://doi.org/10.1177/2056305116662395)
- Belsey, A. i Chadwich, R. (1992). *Ethical issues in journalism and the media*. Londres: Routledge.
- Belsey, A. (1998). Journalism and ethics: can they co-exist? A: M. Kieran (ed), *Media ethics* (p.1-14). Londres: Routledge.
- Bilbeny, N. (2012). *Ética del periodismo*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Birsen, H. (2011). Internet Journalism and Journalistic Ethics: Working Conditions and Qualifications of Journalists in the New Media. *Journal of US-China Public Administration*, 8 (2), 230-240. Recuperat el 8 de gener de 2017 de: <https://www.semanticscholar.org/paper/Internet-Journalism-and-Journalistic-Ethics%EF%BC%9A-and-of-Birsen/bf15bd94d636a762ee156d2a1dc9f7b28279c825>
- Bonete Perales, E. (ed). (1995). *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Bonete Perales, E. (ed). (1999). *Ética de la comunicación audiovisual*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Brophy, E. i de Peuter, G. (2007). Immaterial labor, precarity and recomposition. A: C. McKercher (ed), *Knowledge workers in the information society* (p. 177-192). Lanham: Lexington Books.
- Caballero, A. (2017). La precarietat puntua 4,38. *Report.cat*. Recuperat el 18 de febrer de 2018 de: <https://www.report.cat/precarietat-periodisme-colegi-periodistes-estadistica/>

Cadena SER (24 de març de 2020). La radio lidera el ranking de credibilidad y confianza en los medios. Recuperat el 2 de maig de 2020 de: https://cadenaser.com/ser/2020/03/24/sociedad/1585049585_317421.html

Calvo Bermejo, L. (2005). El informe sobre la Situación Laboral y Profesional del Periodista Digital en Cataluña. *Mediatika* (11), 17-83. Recuperat el 2 de febrer de 2017 de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11497916.pdf>

Camps, V. (1999). La responsabilidad ética de los medios informativos. A: E. Bonete Perales (ed), *Ética de la comunicación audiovisual* (p. 91-100). Madrid: Editorial Technos.

Cantalapiedra, M.J., Oca, C., i Bezunarte, O. (2000). La situación profesional y laboral de los periodistas vascos. *Revista Zer*, 5 (9). Recuperat el 13 de maig de 16 de: <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/17441/15213>

Caro González, F. J, i Jiménez Marín, G. (2006). Periodistas: el acceso al mercado laboral. *Ámbitos* (15), 313-234. Doi: [10.12795/Ambitos.2006.i15.17](https://doi.org/10.12795/Ambitos.2006.i15.17)

Casasús, J.M. (2011). Per un sistema general de la deontologia periodística. *Periodística* (13), 9-25. Doi: [10.2436/20.3008.02.17](https://doi.org/10.2436/20.3008.02.17)

Casero-Ripollés, A. (2010). Prensa en Internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia. *El Profesional de la Información* (19), 595-601. Doi: [10.3145/epi.2010.nov.05](https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.05)

Centro de Investigacions Sociològiques (2020). Barómetro de abril. Recuperat el 15 de maig de 2020 de: http://www.cis.es/cis/opencms/ES/NoticiasNovedades/InfoCIS/2020/Documentacion_3279.html

Centro de Investigaciones Sociológicas (2013). Barómetro de febrero. Recuperat el 15 de novembre de 2016 de: http://www.cis.es/cis/opencm/ES/2_bancodatos/estudios/listaEstudiosYear.jsp?pagina=2&orden=0&year=2013&desc=

Christians, C. (ed). (2009). *Media ethics: cases and moral reasoning*. New York: Longman.

Civil, M., i López, B (eds). (2019). *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018*. Barcelona: Incom-UAB. Recuperat el 12 de maig de 2020 de: https://incom.uab.cat/occ/informe/download/2017/informe_2017-2018.pdf

Cohen, E. (2002). Online Journalism as Market-Driven Journalism. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46 (4), 532-548. Doi: [10.1207/s15506878jobem4604_3](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4604_3)

Cohen, N. (2012). Cultural work as a Site of Struggle: Freelancers and Exploitation. *Triple C: Cognition, Communication, Cooperation* 10 (2), 141-155. Doi: [10.31269/triplec.v10i2.384](https://doi.org/10.31269/triplec.v10i2.384)

Col·legi de Periodistes (26 de febrer de 2019). *10^a edició del programa "Premsa a les escoles"*. Recuperat el 16 de maig de 2020 de: <https://www.periodistes.cat/actualitat/noticies/10a-edicio-del-programa-la-premsa-les-escoles>

Col·legi de Periodistes de Catalunya (14 de juny de 2018). *Els Col·legis de Periodistes sol·liciten al Congrés que la titulació sigui obligatòria per a l'exercici del periodisme*. Recuperat el 8 de març de 2020 de: <http://www.periodistes.cat/actualitat/noticies/els-collegis-de-periodistes-solliciten-al-congres-que-la-titulacio-sigui>

Col·legi de Periodistes de Catalunya (2018). *Memòria d'actuació 2018*. Recuperat el 8 de març de 2020 de: <https://omeka.periodistes.cat/files/original/82064a1347abdb52735421b48c09da0a.pdf>

Col·legi de Periodistes (2017). *Manual de bones pràctiques en la contractació de periodistes a l'administració i organismes públics*. Recuperat el 16 de maig de 2020 de: <https://omeka.periodistes.cat/items/show/483>

Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016). Codi Deontològic. Recuperat el 13 de setembre de 2018 de: <https://www.periodistes.cat/codi-deontologic>

Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016). *Memòria d'actuació 2016*. Recuperat el 8 de març de 2020 de: http://www.periodistes.cat/sites/default/files/public/continguts/memories/memoria_2016.pdf

Coll, E. (2013). Un pla contra la crisi. *Capçalera* (160), 6-9.

Coll, E. (2017). Un Congrés per a un nou temps. *Capçalera* (174), 35-41.

Compton, J, i Benedetti, P. (2010). Labour, new media and the institutional restructuring of journalism. *Journalism Studies*, 11 (4), 487-499. Doi: 10.1080/14616701003638350

Conill, J. (1995). Ética económica y empresa informativa. A: E. Bonete Perales (ed), *Éticas de la información y deontologías del periodismo* (p. 189-211). Madrid: Editorial Tecnos

Consell d'Europa (1950). *Convenio europeo para la protección de los derechos humanos y las libertades fundamentales*. Recuperat el 7 de març de 2020 de: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SPA.pdf

Consell d'Europa (1993). *Ethics of journalism*. Recuperat el 4 de febrer de 2020 de: <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414&lang=en>

Constitución Española de 1978, publicada el 29/12/1978. BOE núm 311.

Cook, C., Heath, F., i Thompson, R. (2000). A meta-analysis of response rates in web or Internet-based surveys. *Educational and Psychological Measurement*, 60 (6), 821-836. Doi: 10.1177/00131640021970934

Cooper, T. (1998). New technology effects inventory: Forty leading ethical issues. *Journal of Mass Media Ethics*, 13 (2), 71-92. Doi: 10.1207/s15327728jmme1302_2

Deuze, M., i Yeshua, D. (2001). Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons from the Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics*, 16 (4), 273-292. Doi: 10.1207/S15327728JMME1604_03

Deuze, M. (2007). *Media work: digital media and society series*. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M, i Witschge, T. (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19 (2), 165-181. Doi: 10.1177/1464884916688550

Diari de Girona (18 de gener de 2019). El 62% dels treballadors de TV3 i Catalunya Ràdio cobra més de 50.000 euros. Recuperat el 4 de desembre de 2019 de: <https://www.diaridegirona.cat/catalunya/2019/01/18/62-dels-treballadors-tv3-catalunya/957360.html>

Díaz-Campo, J. i Segado-Boj, F. (2014). La adaptación de los códigos de ética periodística europeos a Internet y las TIC. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación, Universidad de Sevilla* (26). Recuperat el 3 de novembre de 2016 de: <http://ambitoscomunicacion.com/2014/la-adaptacion-de-los-codigos-de-etica-periodistica-europeos-a-internet-y-las-tic/>

Efe Noticias (12 de maig de 2020). Facebook dice haber eliminado cientos de miles de noticias falsas sobre el Covid-19. Recuperat el 14 de maig de 2020 de: <https://www.efe.com/efe/america/tecnologia/facebook-dice-haber-eliminado-cientos-de-miles-noticias-falsas-sobre-el-covid-19/20000036-4244692>

Ekdale, B, Tully, M., Harmsen, S., i Singer, J.B. (2014). Newswork within a Culture of Job Insecurity: producing news amidst organizational and industry uncertainty. *Journalism Practice*, 9 (3), 383-398. Doi: [10.1080/17512786.2014.963376](https://doi.org/10.1080/17512786.2014.963376)

Enciclopèdia Catalana (1998). *Gran Diccionari de la Llengua Catalana*. Recuperat de: <http://diccionari.cat/>

Fanals, L. (2012). *The effects of precarity on journalistic ethics*. Treball final de master no publicat. University of Leeds, UK.

FAPE (16 d'abril de 2020). *La FAPE rechaza controlar o restringir información para evitar bulos sobre el coronavirus como ha preguntado el CIS*. Recuperat el 15 de maig de 2020 de: <http://fape.es/la-fape-rechaza-controlar-o-restringir-informacion-para-evitar-bulos-sobre-el-coronavirus-como-ha-preguntado-el-cis/>

- Farias, P., i Roses, S. (2009). La crisis acelera el cambio del negocio informativo. *Estudios sobre el mensaje periodístico* (15), 15-32. Recuperat el 20 de març de 2016 de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0909110015A>
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España (s.d.). *Quiénes somos?* Recuperat el 13 de febrer de 2020 de: <http://fape.es/home/quienes-somos/>
- Fengler, S., Eberwein, T., Mazzoleni G., Porlezza C., i Russ-Mohl, S. (2014). *Journalists and Media Accountability*. Nova York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Fengler, S. et al. (2015). How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European Journalists. *European Journal of communication*, 30 (3), 249-266. Doi: 10.1177/0267323114561009
- Fernández Alonso, I., Guimerà, J.A., i Fernández Viso, A. (2012). Impacto de la crisis económica en las políticas de comunicación de la Generalitat de Cataluña (2011). *Derecom* 8 (deseembre-febrer). Recuperat el 24 de març de 2020 de: https://www.academia.edu/1291005/Impacto_de_la_crisis_econ%C3%B3mica_en_las_pol%C3%ADticas_de_comunicaci%C3%B3n_de_la_Generalitat_de Catalu%C3%B1a_2011
- Fernández Alonso, I., i Espín, M. (2019). Les polítiques de comunicació. A: M. Civil i B. López (eds). *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018*, 39-52. Barcelona: Incom-UAB. Recuperat el 12 de maig de 2020 de: https://incom.uab.cat/occ/informe/download/2017/informe_2017-2018.pdf
- Figueras-Maz, M. (2010). El tratamiento informativo de los grupos socialmente desfavorecidos. A: S. Alsius, i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p. 87-106). Barcelona: Editorial UOC.
- Figueras-Maz, M., Mauri-Ríos, M., Alsius-Clavera, S., i Salgado-De-Dios, F. (2012). La precariedad te hace dócil. Problemas que afectan a la profesión periodística. *El profesional de la información*, 21 (1), 70-75. Doi: [10.3145/epi.2012.ene.09](https://doi.org/10.3145/epi.2012.ene.09)
- Franklin, B. (1997). *Newszak and news media*. London: Arnold.
- Frost, C. (2000). *Media ethics and self-regulation*. Harlow: Longman.
- Fuente-Cobo, C. (2008). La ordenación de las relaciones profesionales en los medios informativos españoles. Del Estatuto de Redacción de El País al Estatuto de Informativos de la CRTVE. *Revista de Comunicación*, (7), 28-55. Recuperat el 15 d'abril de 2017 de: <https://revistadecomunicacion.com/es/articulos/2008/Art028-55.html>
- Fuente-Cobo, C., i García-Avilés, J.A. (2014). La aplicación de la cláusula de consciencia de los periodistas en España. Problemas y limitaciones de un modelo incompleto. *Cuadernos.info* (35), 189-207. Doi: 10.7764/cdi.35.548

Fuente-Cobo, C. (2016). Protección de la independencia de los profesionales de la información en las televisiones públicas autonómicas. *Communication & Society*, 29 (4), 71-84. Doi: 10.15581/003.29.4.sp.71-84

Gallego Ayala, J. (2011). El sostre de vidre de les periodistes. *Capçalera* (153), 54-56. Recuperat el 20 de setembre de 2020 de: <https://www.raco.cat/index.php/Capcalera/article/view/325148/415774>

García Avilés, J.A. (2014). Online Newsrooms as Communities of Practice: Exploring Digital Journalists' Applied Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 29, (258-272). Doi: 10.1080/08900523.2014.946600

García Avilés, J.A., Fuente Cobo, C., Maciá Barber, C. (2014). Journalists' perceptions about regulation and conflicts in their work: the case of Madrid-based news professionals. *Observatorio Journal*, 8 (2), p. 123-142. Recuperat el 20 de maig de 2017 de: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542014000200007

García Castillejo, A. (2008). *Autorregulación y deontología de la profesión periodística*. Madrid: Ediciones GPS.

García Orosa, B.; Tüñez López, M.; López García, X. (2005). El perfil del periodista de Internet en Galicia. *Mediatika* (11), 159-169. Recuperat el 27 de maig de 2017 a: <http://ojs.eusko-ikaskuntza.eus/index.php/mediatika/article/view/45/59>

Gill, R. i Pratt, A. (2008). In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work. *Theory, Culture and Society*, 25 (7-8), 1-30. Doi: 10.1177/0263276408097794

Gómez Aguilar, M. (2009). *Análisis de la situación laboral/profesional en el periodismo desde una perspectiva de género*. I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna (Tenerife). Resum recuperat el 15 de novembre de 2016 de: <http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/109marisol.pdf>

González Reigosa, C. (1999). Los males del periodismo español. A: E. Bonete Perales, (ed), *Ética de la comunicación audiovisual* (p. 63-76). Madrid: Editorial Tecnos.

Greene, J., Kreider, H., i Mayer, E. (2005). Combining qualitative and quantitative methods in social inquiry. A: B. Somekh i C. Lewin (eds), *Research Methods In the Social Sciences* (p. 274-277). Londres: Sage.

Grup de Periodistes Pi i Margall (s.d.). *Objectius*. Recuperat el 13 de febrer de 2020 de: <http://pimargall.org/ca/qui-som/objectius/>

Hackett, R. (2005). Is there a democratic deficit in US and UK journalism? A: S. Allan, (ed), *Journalism: Critical Issues* (p.85-97). Maidenhead: Open University Press.

Hall, S., et al (1998). Policing the crisis (extracte). A: H. Tumber, (ed), *News* (p.246-256). Oxford: Oxford University Press.

- Hallin, D. (2000). Commercialism and professionalism in the American news media. A: J. Curran (ed), *Mass media and society* (p. 218-237). Londres: Arnold.
- Hallin, D. i Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Editorial Hacer.
- Hanitzsch, T., i Mellado, C. (2011). What Shapes the News around the World? How journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. *International Journal of Press/Politics*, 16 (3), 404-426. Doi: 10.1177/1940161211407334
- Hanlin, B. (1992). Owners, editors and journalists. A: A. Besley i R. Chadwich (eds), *Ethical issues in Journalism and the media* (p. 33-47). Londres: Routledge.
- Harcup, T. (2002). Journalists and Ethics: the quest for a collective voice. *Journalism Studies*, 3 (1), 101-114. Doi: 10.1080/14616700120107356
- Harcup, T. (2007). *The ethical journalist*. Londres: Sage.
- Hardt, H. (2000). Conflicts of interest: newswriters, media and patronage journalism. A: H. Tumber (ed), *Media power, professionals and policies* (p.209-224). Londres: Routledge.
- Hayes, A, Singer, J., I Ceppos, J. (2007). Shifting Roles, Enduring Values: The Credible Journalism in a Digital Age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22 (4), 262-279. Doi: 10.1080/08900520701583545
- Herman, E., i Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.
- Herbert, J. (2001). *Practicing global journalism*. Oxford: Focal Press.
- Herrera Damas, S., i Maciá Barber, C. (2009). *¿Cómo hemos llegado a esto? La percepción de los periodistas madrileños respecto a los problemas que más aquejan la profesión*. I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna (Tenerife). Resum recuperat el 13 de desembre de 2016 de: <http://hdl.handle.net/10016/12405>
- Herrera Damas, S. (2010). El acoso mediático a los personajes públicos. A: S. Alsius i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p.225-242). Barcelona: Editorial UOC.
- Herrscher, R. (2002). A Universal Code of Journalism Ethics: Problems, Limitations, and Proposals. *Journal of Mass Media Ethics*, 17 (4), 277-289. Doi: 10.1207/S15327728JMME1704_03
- Hesmondhalgh, D. i Baker, S. (2008). Creative work and emotional labour in the Television industry. *Theory, culture and society*, 25 (7-8), pp. 97-118. Doi: [10.1177/0263276408097798](https://doi.org/10.1177/0263276408097798)

Horowitz, S., Buchanan, S., Alexandris, M., Anteby, M., Rothman, N., Syman, S., i Vural, L. (2005). *The rise of the freelance class: A new constituency of workers. Building a social safety net*. Freelancers Union (monogràfic). Doi: [10.13140/RG.2.2.27637.93928](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27637.93928)

Iborra, E. (2007). Tarifas mínimes, primer pas contra la precarietat. *Capçalera*, (139), 4-11. Recuperat el 8 d'abril de 2018 de:

<https://www.raco.cat/index.php/Capcalera/issue/view/24883>

International Press Institute (2020). *Covid-19. Media Freedom Monitoring*. Recuperat de: <https://ipi.media/covid19-media-freedom-monitoring/>

Jiménez, R. (2006). *Cien casos. La ética periodística en tiempos de precariedad*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Keeble, R. (2009). *Ethics for journalists*. Nova York: Routledge.

Kennedy, H. (2012). *Network: ethics and values in web design*. Basingstoke: Palgrave McMillian.

Kieran, M. (1997). *Media ethics: A philosophical approach*. Westport, Conn: Praeger.

Kovach, B. i Rosenstiel, T. (2003). *The elements of journalism*. Londres: Atlantic Books on behalf of the Guardian.

Kumar, R. (2005). *Research methodology: a step-by-step guide for beginners*. London, Thousand Oaks, New Dehli: SAGE.

Labio Bernal, A. (2002). La profesión periodística ante los intereses de la estructura informativa. Una aproximación al tema. *Revista Latina de Comunicación Social* (46), 531-542. Doi: [10.12795/Ambitos.2001.i06.06](https://doi.org/10.12795/Ambitos.2001.i06.06)

Laitila, T. (1995). Journalistic Codes of Ethics in Europe. *European Journal of Communication*, 10(4), 527-544. Doi: [10.1177/0267323195010004007](https://doi.org/10.1177/0267323195010004007)

Laporta, Francisco J. (1999). El derecho a informar y sus enemigos. A: E. Bonete Perales (ed), *Ética de la comunicación audiovisual* (p. 77-90). Madrid: Editorial Technos.

Larrañaga, J. (2009). La crisis del modelo económico de la industria de los periódicos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (15), 61-80. Recuperat el 10 de desembre de 2016 de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0909110061A>

Lewin, C. (2005). Elementary quantitative methods. A: B. Somekh i C. Lewin (ed), *Research Methods In the Social Sciences* (p.215-220). Londres: Sage.

Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. BOE núm 11, § sección I (1980).

Ley orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. BOE núm 115, § capítulo II (1982).

- Llei 22/1985, de 8 de novembre, de creació del Col·legi professional de Periodistes de Catalunya. DOGC 616, § departament de Presidència (1985).
- Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual a Catalunya. DOGC 4543 § departament de Presidència (2005).
- Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. DOGC 4990 § departament de Presidència (2007).
- Llei orgànica 6/2006, de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya. DOGC 4680 (2006).
- López Hidalgo, A, i Mellado Ruiz, C. (2006). Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (12), 161-170. Recuperat el 2 d'abril de 2017 de: <http://hdl.handle.net/11441/26615>
- Lorey, I. (2006). Governmentality and self-precarization: On the normalization of cultural producers. A: S. Sheik (ed), *Capital (It fails us now)* (p.117-139). Berlin: b_books.
- Maciá Barber, C. (2010). El quehacer periodístico ante la presunción de inocencia. A: Alsius, S., i Salgado, F. (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p. 107-124). Barcelona: Editorial UOC.
- Maciá Barber, C. i Herrera Damas, S. (2010). La deontología periodística: praxis, disfunciones y retos desde la perspectiva de los profesionales de la comunicación en la Comunidad de Madrid (2006-2009). *Comunicación y sociedad*, 23 (1), 77-104. Doi: [10.15581/003.23.1.77-104](https://doi.org/10.15581/003.23.1.77-104)
- Mauri-Ríos, M. i Ramon-Vegas, X. (2015). Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística. Exploración del escenario online español. *El profesional de la información*, 24 (4), 380-389. Doi: [10.3145/epi.2015.jul.04](https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.04)
- McBride, K., i Rosenstiel, T. (2014). *The new ethics of Journalism*. Washington DC: CQPress.
- McChesney, R. (1999). *Rich media, poor democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana: Illinois Press.
- McManus, (1999). Market-driven journalism: Let the Citizen Beware (extracte). A: H. Tumber (ed), *News* (p.180-190). Oxford: Oxford University Press.
- McNair, B. (2005). The emerging chaos of global news culture. A: S. Allan (ed). *Journalism: critical issues* (p.151-163). Maidenhead: Open University Press.
- McRobbie, A. (2002). Clubs to companies. Notes on the decline of political culture in speed-up creative worlds. *Cultural Studies*, 16 (4), 516-521. Doi: [10.1080/09502380210139098](https://doi.org/10.1080/09502380210139098)

Media.Cat. (2017). Les subscripcions i la publicitat institucional, els mecanismes més discrecionals per a finançar els mitjans. Recuperat el 20 de novembre de 2017 de: <https://www.media.cat/2017/07/14/subscripcions-publicitat-generalitat/>

Merrill, J. (1997). *Journalism Ethics: philosophical foundations for news media*. Nova York: St Martin's Press.

Meyers, S. (2014). Fact-Checking 2.0. A: K. McBride i T. Rosenstiel (eds), *The New Ethics of Journalism* (p. 9-21). Washington DC: CQPress.

Micó, J.L., Canavilhas, J., Masip, P., Ruiz, C. (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. *Estudos em Comunicaçao* (4), 15-39. Recuperat el 3 de maig de 2017 de: <http://www.ec.ubi.pt/ec/04/pdf/02-Jose-Lluis-Mico-La-etica-en-el-ejercicio-del-periodismo.pdf>

Micó, J.L. et al (2012). Nínxols d'ocupació per a periodistes. Crisi, oportunitats en el sector i necessitat de formació. Barcelona: Digilab (Universitat Ramon Llull). Recuperat el 12 de maig de 2020 de: <https://omeka.periodistes.cat/items/show/26>

Nacions Unides (1948). *La Declaración Universal de Derechos Humanos*. Recuperat el 20 de febrer de 2018 de: <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Neilson, B. i Rossiter, N. (2006). From Precarity to Precariousness and Back Again: Labour, Life and Unstable Networks. *Variant* (5), 10-13. Recuperat el 7 de desembre de 2011 de: https://www.researchgate.net/publication/26490721_From_Precarity_to_Precariousness_and_Back_Again_Labour_Life_and_Unstable_Networks

Neilson, B. i Rossiter, N. (2008). Precarity as a Political Concept, or, Fordism as exception. *Theory, Culture and Society*, 25 (7-8), 51-72. Doi: [10.1177/0263276408097796](https://doi.org/10.1177/0263276408097796)

Newman, N., et al (2019). *Reuters Institute Digital News Report*. Oxford: Reuters Institute i University of Oxford. Recuperat el 10 de maig de 2020 de: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf

O'Donnell, P., Zion, L., i Sherwood, M. (2016). Where do journalists go after newsroom job cuts? *Journalism practice*, 10 (1), 35-51. Doi: [10.1080/17512786.2015.1017400](https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1017400)

O'Neill, J. (1992). Journalism in the market place. A: A. Besley i R. Chadwich (eds), *Ethical issues in Journalism and the media* (p. 15-32). Londres: Routledge.

Oliva, Ll. (2013). El Consell de la Informació de Catalunya com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 30 (2), 9-32. Doi: [10.2436/20.3008.01.113](https://doi.org/10.2436/20.3008.01.113)

Organització Mundial de la Salut (2020). *Covid-19. Consejos para informar*. Recuperat el 25 de maig de 2020 de: <https://www.paho.org/es/documentos/covid-19-consejos-para-informar-guia-para-periodistas>

Palacio, L. (ed) (2015). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. Recuperat el 3 de gener de 2017 de: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM-2015_baja_7M.pdf

Palacio, L (ed). (2018). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. Recuperat el 10 de gener de 2020 de: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018_baja.pdf

Palacio, L. (ed). (2019).). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. Recuperat el 23 d'abril de 2020 de: <https://www.apmadrid.es/comunicado/informe-de-la-profesion-periodistica-2019-aumenta-un-26-el-paro-de-los-periodistas-tras-6-anos-de-descensos/>

Panetta, K. (2017). *Gartner Top Strategic Predictions for 2018 and beyond*. Recuperat el 10 de maig de 2020 de: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-strategic-predictions-for-2018-and-beyond/>

Parés i Maicas, M. (2011). *Ètica, deontologia i comunicació*. Barcelona: Editorial UOC.

Pérez Fuentes, J. C. (2010). Grado de asunción de la práctica de mezclar información con opinión. A: Alsius, S., i Salgado, F. (eds). (2010). *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p.61-86). Barcelona: Editorial UOC.

de Peuter, G. (2011). Creative Economy and Labor Precarity: A Contested Convergence. *Journal of Communication Inquiry*, 35 (4), 417-425. Doi: [10.1177/0196859911416362](https://doi.org/10.1177/0196859911416362)

de Riego, C. (27 d'abril de 2020). España detecta 200 acciones de desinformación bajo la alarma. *La Vanguardia*. Recuperat el 14 de maig de 2020 de: <https://www.lavanguardia.com/politica/20200427/48740702184/fake-news-ciberseguridad-noticias-falsas-rusia-china-espana-espana-gobierno-policia-guardia-civil.html>

Picard, R. (2009). Why journalists deserve low pay. Presentació al Reuters Institute for the Study of Journalism, RISJ Seminar Series. University of Oxford. Resum recuperat de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/why-journalists-deserve-low-pay>

Picard, R. (2014). Twilight or New Dawn of Journalism? *Digital Journalism*, 2 (3), 273-283. Doi: [10.1080/21670811.2014.895531](https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895531)

Quivy, R. (1992). *Manual de investigación en Ciencias Sociales*. Mèxic: Editorial Limusa/Grupo Noriega Editores.

Randall, D. (2000). *The Universal Journalist*. Londres: Pluto Press.

Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19. BOE núm 67, § sección I (2020).

Real Rodríguez, E. (2010). La autoregulación. Valoración de los códigos. Conocimiento de los mecanismos de autoregulación. A: S. Alsius i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p. 275-291). Barcelona: Editorial UOC.

Red de Colegios Profesionales de Periodistas (2018). *La Red*. Recuperat el 13 de febrer de 2020 de: <https://www.colegiosperiodistas.es/>

Reig, R. (2015). *Crisis del sistema, crisis del periodismo*. Madrid: Gedisa.

Reinardy, S. (2011). Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. *Journalism*, 12 (1). 33-50. Doi: 10.1177/1464884910385188

Riordan, K. (2014). *Accuracy, independence and impartiality: how legacy media and digital natives approach standards in the digital age*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (University of Oxford). Recuperat el 7 de novembre de 2016 de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/accuracy-independence-and-impartiality-how-legacy-media-and-digital-natives-approach>

Ritchie, J., Lewis, J. i Elam, G. 2003. Designing and selecting samples. A: J. Ritchie and J. Lewis (eds). *Qualitative research practice: a guide for social science students and researchers* (p. 77-108). London: Sage.

Rivero, D., i Meso, K. (2014). Infrarepresentación de las mujeres en el Mercado laboral periodístico: análisis de las causas. *Trípodos*, (32), 96-115. Recuperat el 3 de març de 2017 de: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/195/229

Roberts, C. (2012). Identifying and Defining Values in Media Codes of Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 27 (2), 115-129. Doi: 10.1080/08900523.2012.669289

Rodríguez, R; Mauri, M., i Tulloch, C. (2010). Libertad y dependencia política desde la perspectiva ética de los periodistas y ciudadanos españoles. *Observatorio Journal*, 4 (4), 345-360. Doi:10.15847/obsOBS442010437

Rodríguez-Martínez, R. (2010). La dependencia del poder político. A: S. Alsius i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p.125-146). Barcelona: Editorial UOC.

Rodríguez-Martínez, R. et al. (2017a). *Contexto mediático en Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia*. Informe tècnic del grup Media Aces. Recuperat el 4 de setembre de 2018 de: <https://repositori.upf.edu/handle/10230/27973>

Rodríguez-Martínez, R. et al (2017b). Instrumentos de regulación externos a los medios en Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia. Informe tècnic del grup Media Aces. Recuperat el 4 de setembre de 2018 de: <https://repositori.upf.edu/handle/10230/28034>

Romero Domínguez, L. (2010). Servidumbres comerciales: la influencia de anunciantes y patrocinadores en el periodismo. A: S. Alsius i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p.147-164). Barcelona: Editorial UOC.

Rosenkranz, T. (2016). Becoming entrepreneurial: Crisis, ethics and marketization in the field of travel journalism. *Poetics* (54), 54-65. Doi: [10.1016/j.poetic.2015.09.003](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.09.003)

Roses, S. (2011). Journalists' salary structure in Spain during the crisis. *Revista Latina de Comunicación Social* (66), 1-32. Doi: [10.4185/RLCS-66-2011-929-178-209-EN](https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-929-178-209-EN)

Ross, A. (2008). The New Geography of Work: Power to the precarious? *Theory, culture and society*, 25 (7-8), 31-49. Doi: [10.1177/0263276408097795](https://doi.org/10.1177/0263276408097795)

Ross, A. (2009). *Nice work if you can get it: life and labour in precarious times*. Londres: New York University Press.

RSF (14 d'abril de 2020). *RSF denuncia ante la ONU las violaciones de la libertad de prensa durante la pandemia*. Recuperat el 15 de maig de 2020 de: <https://www.rsf-es.org/news/coronavirus-rsf-denuncia-ante-la-onu-las-violaciones-de-la-libertad-de-prensa-durante-la-pandemia/>

RSF (27 d'abril de 2020). *La Coalición Pro Acceso pide al Gobierno que garantice el derecho de acceso a la información durante la crisis de la Covid-19*. Recuperat el 15 de maig de 2020 de: <https://www.rsf-es.org/news/espana-la-coalicion-pro-acceso-pide-al-gobierno-que-garantice-el-derecho-de-acceso-a-la-informacion-durante-la-crisis-de-la-covid-19/>

Ruiz, C., Masip, P., Micó, J.L. (2007). *¿Una ética del ciberespacio o una ética en el ciberespacio? Análisis de códigos de autorregulación de la profesión periodística*. Ponència presentada al Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información, Valencia. Resum recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2539940>

Salamon, E. (2016). E-Lancer Resistance. *Digital Journalism*, 4 (8), 980-1000. Doi: [10.1080/21670811.2015.1116953](https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1116953)

Salgado, F. (2010). Los obsequios inocuos: qué se le puede regalar a un periodista sin comprometer su independencia. A: S. Alsius i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p. 165-180). Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez de la Nieta, M.A., Monfort, A., i Fuente-Cobo, C. (2015). Estatutos de redacción y comités profesionales de las empresas periodísticas: una aproximación desde la

responsabilidad social corporativa. *Communication & Society*, 28 (2), 55-72. Doi: 10.15581/003.28.2.sp.55-72

Sánchez, G., Micó, J.L., Justel, S. (2017). Journalistic Multi-Skilling in the News Agencies AFP, EFE, ANSA and ACN. *Trípodos* (41), 157-172. Recuperat el 5 de juny de 2018 de:

http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comicacio_Blanquerna/article/view/440

Sánchez-Fernández, J., Muñoz-Leiva, F., Montoro-Ríos, F.J. (2012). Improving retention rate and response quality in Web-based surveys. *Computers in Human Behavior* (28), 507-514. Doi: [10.1016/j.chb.2011.10.023](https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.023)

Sanders, K. (2003). *Ethics and journalism*. Londres: Sage.

Scott, G., i Garner, R. (2013). *Doing Qualitative Research: Designs, Methods and Techniques*. London: Pearson.

Shirky, C. (2014). Truth without Scarcity, Ethics without Force. A: K. McBride i T. Rosenstiel (eds), *The New Ethics of Journalism*, (p. 9-21). Washington DC: CQPress.

Sindicat de Periodistes de Catalunya (12 de maig de 2020). *L'LFP aprofita el Covid-19 per carregar-se el dret a la informació, amb la complicitat dels mitjans*. Recuperat el 15 de maig de 2020 de: <https://www.sindicatperiodistes.cat/content/llfp-aprofita-el-covid-19-carregar-se-el-dret-la-informaci%C3%B3-amb-la-complicitat-dels-mitjans>

Sindicat de Periodistes de Catalunya (12 de maig de 2020). *Segons un estudi de la FIP, les periodistes pateixen un estrès més gran a causa del Covid-19*. Recuperat el 15 de maig de 2020 de: <https://www.sindicatperiodistes.cat/content/segons-un-estudi-de-la-fip-les-periodistes-pateixen-un-estr%C3%A8s-m%C3%A9s-gran-cause-del-covid-19>

Sindicat de Periodistes de Catalunya (26 de març de 2020). *Onada d'ERTO als mitjans de comunicació*. Recuperat el 14 de maig de 2020 de: <https://www.sindicatperiodistes.cat/content/onada-derto-als-mitjans-de-comunicaci%C3%B3>

Sindicat de Periodistes de Catalunya (s.d.). *Què és?* Recuperat el 5 de setembre de 2017 de: <https://www.sindicatperiodistes.cat/content/qu%C3%A8-%C3%A9s>

Siegelbaum, S, i Thomas, R. (2015). Putting the work (back) into Newswork. *Journalism Practice*, 10 (3), 387-404. Doi: [10.1080/17512786.2015.1025415](https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1025415)

Singer, J. (2003). Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, 4 (2), 139-163. Doi: [10.1177/146488490342001](https://doi.org/10.1177/146488490342001)

Singer, J. (2006). Partnerships and Public Service: Normative Issues for Journalists in Converged Newsrooms. *Journal of Mass Media Ethics*, 21 (1), 30-53. Doi: [10.1207/s15327728jmme2101_3](https://doi.org/10.1207/s15327728jmme2101_3)

Snape, D. and Spencer, L. (2003). The foundations of qualitative research. A: J. Ritchie and J. Lewis (eds), *Qualitative research practice: a guide for social science students and researchers* (p. 1-23). London: Sage.

Soler, P. (ed). (2006). *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*. Barcelona: CPC-Generalitat de Catalunya.

Starck, K. 2001. What's Right/Wrong with Journalism Ethics Research? *Journalism Studies*, 2 (1), 133-150. Doi: 10.1080/14616700119246

Storey, J., Salaman, G., i Platman, K. (2005). Living with enterprise in an enterprise economy: freelance and contract workers in the media. *Human Relations*, 58 (8). 1033-1054. Doi: 10.1177/0018726705058502

Storm, H. (2020). *Media ethics, safety and mental health: reporting in the time of Covid-19*. Recuperat de: <https://ethicaljournalismnetwork.org/media-ethics-safety-and-mental-health-reporting-in-the-time-of-covid-19>

Suárez Villegas, J.C., Romero Domínguez, L., Almansa Martínez, A. (2009). El periodismo en el espejo. La profesión analizada por los periodistas andaluces. *Ámbitos*, (18), 157-175. Recuperat el 16 de gener de 2017 de: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/12691/file_1.pdf?sequence=1

Suárez Villegas, J.C. (2010). Sobre el uso de los medios de legitimidad dudosa en la investigación periodística. A: S. Alsius i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p.47-60). Barcelona: Editorial UOC.

Suárez Villegas, J.C. (2015a). Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales. *Revista Latina de Comunicación Social* (70), 91-109. Doi: 10.4185/RLCS-2015-1036

Suárez Villegas, J.C. (2015b). Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales. *El profesional de la información*, 24 (4). Doi: 10.3145/epi.2015.jul.05

Tompkins, A. (2020). *How newsrooms can tone down their coronavirus coverage while still reporting responsibly*. Recuperat de: <https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/how-newsrooms-can-tone-down-their-coronavirus-coverage-while-still-reporting-responsibly/>

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Tulloch, C. (2010). El tratamiento informativo del terrorismo. A: S. Alsius i F. Salgado (eds), *La ética informativa vista por los ciudadanos* (p. 210-224). Barcelona: Editorial UOC.

Ursell, G. (2006). Working in the media. A: D. Hesmondhalgh, (ed). *Media production* (p. 103-171). Maidenhead: Open University Press,

Ward, S., i Wasserman, H. (2010). Towards an Open Ethics: Implications of New Media Platforms for Global Ethics Discourse. *Journal of Mass Media Ethics*, 25 (4), 275-292. Doi: 10.1080/08900523.2010.512825

Whitehouse, G. (2010). Newsgathering and Privacy: Expanding Ethics Codes to Reflect Change in the Digital Media Age. *Journal of Mass Media Ethics*, 25 (310-327). Doi: 10.1080/08900523.2010.512827

Zollmann, F. (2009). Is it either or? Professional ideology vs corporate-media constraints. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 6 (2), 73-96. Doi: 10.16997/wpcc.126

8. ANNEXOS

A. Model de l'enquesta

Condicions de treball i pràctica professional en el periodisme

Poden participar en aquesta enquesta els graduats/licenciats en Periodisme, graus de Comunicació i/o totes aquelles persones que obtinguin més del 50% dels seus ingressos treballant com a periodistes en un o més mitjans o gabinets de comunicació a Catalunya

Respondre aquesta enquesta requereix aproximadament 5 minuts.

Moltes gràcies!

1. Quina és la seva edat?

- Fins a 25 anys
- De 26 a 40 anys
- De 41 a 64 anys
- Major de 65 anys

2. Quin és el seu gènere?

- Home
- Dona

3. Quin és el seu nivell d'estudis?

- Doctorat
- Màster o postgrau
- Llicenciat o graduat en Periodisme o alguna carrera relacionada amb la comunicació
- Llicenciat o graduat en qualsevol altra matèria
- Sense estudis universitaris

4. Quants anys porta treballant com a periodista?

- Menys de dos anys
- Entre 2 i 5 anys
- Entre 6 i 15 anys
- Entre 16 i 20 anys
- Més de 20 anys
- Mai he tingut feina remunerada com a periodista

5. Quina és la seva situació laboral en aquests moments?

- Tinc un contracte laboral a temps complet
- Tinc un contracte laboral a temps parcial
- Autònom
- Propietari d'un mitjà de comunicació
- Estudiant en pràctiques
- Faig col·laboracions puntuals remunerades amb un o més mitjans
- Faig col·laboracions puntuals no remunerades amb un o més mitjans
- A l'atur
- Jubilat
- Altres: _____

6. En cas d'estar en actiu, quina és la seva categoria professional?

- Director
- Cap de redacció
- Cap de secció
- Redactor
- Ajudant de redacció
- Estudiant en pràctiques

- Col·laborador/autònom
- No estic en actiu
- Altres: _____

7. Si té un contracte laboral, de quin tipus és?

- Indefinit
- Temporal
- Per obra i servei
- No tinc contracte laboral

8. Per a quin tipus de mitjà/s treballa principalment? (resposta múltiple)

- Premsa
- Mitjà digital
- Ràdio
- Televisió
- Agència de notícies
- Gabinet de comunicació

9. Quin és l'àmbit territorial del mitjà/ns pels quals treballa? (resposta múltiple)

- Àmbit local/comarcal/provincial
- Àmbit català
- Àmbit espanyol
- Àmbit internacional

10. Quina és la titularitat de la seva empresa?

- Pública
- Privada

Altres: _____

11. És membre d'algun sindicat o col·legi professional?

Sí

No

12. Al llarg de la seva carrera professional, vostè considera que les seves condicions laborals....

Han millorat

S'han mantingut estables

Han empitjorat

13. Quins son els principals canvis que han experimentat les seves condicions laboral?
(resposta oberta)

14. En una escala de l'1 al 10, quin és el seu grau de satisfacció amb les seves condicions laborals?

Gens satisfet 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Molt satisfet

15. Quines son les seves principal causes de preocupació laboral? (resposta múltiple)

Baixos salaris

Excés de feina

Inestabilitat laboral

Horaris laborals poc conciliadors

Insatisfacció respecte el producte que s'està elaborant

Dependència d'anuncians i/o patrocinadors

Dependència d'institucions, governs i/o partits polítics

Altres: _____

16. Quin és el seu salari brut anual?

Menys de 15.000 euros

De 15.001 a 25.000 euros

De 25.001 a 35.000 euros

De 35.001 a 50.000 euros

Més de 50.000 euros

17. En una escala de l'1 al 10, fins a quin punt creu que les seves condicions laborals influeixen en la seva pràctica professional?

No influeixen gens 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Influeixen molt

18. En el seu exercici habitual del periodisme, amb quina freqüència realitza aquestes pràctiques? (I)

	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai
Publicar informacions agafant com a criteri bàsic el nombre de visites o l'audiència que aconseguiran				
Exagerar o espectacularitzar informacions				
Publicar notícies sense contrastar				

Utilitzar informacions procedents de comunicats de premsa, agències de notícies o altres mitjans sense citar-ne l'origen				
Utilitzar procediments irregulars per obtenir informació (falsificació d'identitat, càmeres ocultes...)				

19. En el seu exercici habitual del periodisme, amb quina freqüència realitza aquestes pràctiques? (II)

	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai
No respectar la presumpció d'innocència d'un acusat				
Presentar com a informacions continguts que en realitat són patrocinats				
Elaborar informacions sense tenir en compte si reflecteixen la diversitat política i/o social				
Donar només una versió dels fets				

20. En el seu exercici habitual del periodisme, amb quina freqüència realitza aquestes pràctiques? (III)

	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai
Envair l'esfera íntima per obtenir informació				
Captar i/o utilitzar imatges de persones que no desitgen aparèixer en públic				
Autolimitar-se amb aquelles informacions que puguin anar en contra la línia editorial i/o els interessos del mitjà				
Publicar informacions que beneficiïn altres empreses o mitjans amb els quals es té relació				
Publicar informacions sense valorar quines poden ser les conseqüències per a un determinat col·lectiu social				

21. En el seu exercici habitual del periodisme, amb quina freqüència publica, elimina o modifica informació....

	Diàriament	De forma freqüent	En casos excepcionals	Mai
Perquè li demana un superior				
Perquè se li demana des de l'esfera política				
Per adequar-se a la línia editorial del mitjà				
Per tal d'obtenir més publicitat i/o patrocinis				

22. En la seva carrera professional, ha hagut de prendre mai una decisió que anés en contra del seu criteri ètic amb l'objectiu d'aconseguir o mantenir una feina?

- Sí
- No

23. En cas de resposta afirmativa, si creu oportú explicar el seu cas, ho pot fer aquí:

24. Si vol afegir algun comentari o compartir alguna observació, no dubti en fer-ho aquí:

B. Perfil dels professionals entrevistats

PROFESSIONAL 1: "LAIA"

Data de realització	14 de gener de 2019
Gènere	Dona
Edat	37 anys
Tipus de mitjà	Gabinet de comunicació
Anys d'experiència professional	15 anys
Nivell d'estudis	Màster
Situació laboral	Contracte a temps complet
Categoria professional	Tècnica de comunicació
Tipus de contracte	Temporal
Àmbit territorial	Local/comarcal/provincial
Titularitat de l'empresa	Pública
Col·legiació/sindicació	No

PROFESSIONAL 2: "MARC"

Data de realització	22 de gener de 2019
Gènere	Home
Edat	42 anys
Tipus de mitjà	Televisió
Anys d'experiència professional	19 anys
Nivell d'estudis	Llicenciatura en Humanitats i en Periodisme
Situació laboral	Contracte a temps complet
Categoria professional	Cap d'informatius
Tipus de contracte	Indefinit
Àmbit territorial	Local/comarcal/provincial
Titularitat de l'empresa	Privada
Col·legiació/sindicació	No

PROFESSIONAL 3: "JORDI"

Data de realització	27 de gener de 2019
Gènere	Home
Edat	23 anys
Tipus de mitjà	Digital
Anys d'experiència professional	Un any
Nivell d'estudis	Grau en Comunicació
Situació laboral	Contracte laboral a temps complet
Categoria professional	Redactor
Tipus de contracte	Temporal
Àmbit territorial	Català
Titularitat de l'empresa	Privada
Col·legiació/sindicació	No

PROFESSIONAL 4: "ENRIC"

Data de realització	28 de febrer de 2019
Gènere	Home
Edat	61 anys
Tipus de mitjà	Premsa
Anys d'experiència professional	44 anys
Nivell d'estudis	Batxillerat superior
Situació laboral	Atur previ a la jubilació
Categoria professional	Director adjunt
Tipus de contracte	Indefinit
Àmbit territorial	Catalunya
Titularitat de l'empresa	Privada
Col·legiació/sindicació	Sí (Col·legi de Periodistes de Catalunya)

PROFESSIONAL 5: "ALBA"

Data de realització	5 de febrer de 2019
Gènere	Dona
Edat	34 anys
Tipus de mitjà	Premsa/agència de notícies
Anys d'experiència professional	11 anys
Nivell d'estudis	Llicenciada en Periodisme
Situació laboral	Autònoma
Categoria professional	Col·laboradora
Tipus de contracte	Sense contracte
Àmbit territorial	Català/espanyol
Titularitat de l'empresa	Privada/pública
Col·legiació/sindicació	No

PROFESSIONAL 6: "EMMA"

Data de realització	5 de febrer de 2019
Gènere	Dona
Edat	22 anys
Tipus de mitjà	Premsa i mitjà digital
Anys d'experiència professional	4 mesos
Nivell d'estudis	Grau en Periodisme/cursant el grau de Dret
Situació laboral	Contracte de pràctiques extra-curriculars
Categoria professional	Redactora en pràctiques
Tipus de contracte	Temporal
Àmbit territorial	Espanyol
Titularitat de l'empresa	Privada
Col·legiació/sindicació	No

PROFESSIONAL 7: "ÒSCAR"

Data de realització	15 de febrer de 2019
Gènere	Home
Edat	35 anys
Tipus de mitjà	Televisió i agència de notícies
Anys d'experiència professional	10 anys
Nivell d'estudis	Llicenciat en Periodisme
Situació laboral	Autònom
Categoria professional	Operador de càmera
Tipus de contracte	Sense contracte (autònom)
Àmbit territorial	Internacional
Titularitat de l'empresa	Privada/pública
Col·legiació/sindicació	Sí (Col·legi de Periodistes)

PROFESSIONAL 8: "SÒNIA"

Data de realització	28 de febrer de 2019
Gènere	Dona
Edat	47 anys
Tipus de mitjà	Premsa/agència de notícies
Anys d'experiència professional	27 anys
Nivell d'estudis	Llicenciada en Periodisme
Situació laboral	Autònoma
Categoria professional	Col·laboradora
Tipus de contracte	-
Àmbit territorial	Espanyol
Titularitat de l'empresa	Privada/pública
Col·legiació/sindicació	Sí (Col·legi de Periodistes)

PROFESSIONAL 9: "IRENE"

Data de realització	26 de març de 2019
Gènere	Dona
Edat	53 anys
Tipus de mitjà	Ràdio
Anys d'experiència professional	31 anys
Nivell d'estudis	Llicenciada en Ciències de la Informació
Situació laboral	Contracte a temps complet
Categoria professional	Redactora
Tipus de contracte	Indefinit
Àmbit territorial	Espanyol
Titularitat de l'empresa	Pública
Col·legiació/sindicació	No

PROFESSIONAL 10: "GUILLEM"

Data de realització	26 de març de 2019
Gènere	Home
Edat	43 anys
Tipus de mitjà	Televisió
Anys d'experiència professional	22 anys
Nivell d'estudis	Llicenciatura en Periodisme
Situació laboral	Contracte a temps complet
Categoria professional	Redactor + complement com a editor
Tipus de contracte	Indefinit
Àmbit territorial	Català
Titularitat de l'empresa	Pública
Col·legiació/sindicació	Sí (Col·legi de Periodistes)

C. Transcripció de les entrevistes a professionals

C.1 Transcripció entrevista “Laia”

Comencem parlant dels seus inicis professionals. Com es va introduir en el món del periodisme?

Jo vaig estudiar Periodisme a la Universitat Autònoma, i vaig fer la beca en un diari. Un cop es va acabar, com que en aquell moment la plantilla del diari s’havia ampliat perquè s’havia obert la delegació del diari a Barcelona, buscaven gent i jo estava en el lloc adequat en el moment adequat. Em vaig quedar al diari i durant cinc anys i mig. En un primer moment vaig entrar com a becària a la secció d’Europa-Món, que per tant tiràvem molt de teletips i era una feina més de despatx, i després, un cop ja no era becària, al cap d’un temps vaig entrar a la secció de Punt Divers, que era la de successos, on feia molta més feina de carrer i vaig aprendre molt.

Entre que va ser becària i va poder entrar amb contracte, quin període va transcórrer?

Vaig fer la beca durant l’estiu de 2003 i llavors, abans no em van fer el contracte, vaig passar un parell de mesos amb un contracte temporal mes a mes o així. Però no em vaig arribar a quedar a l’atur ni res.

Com eren les condicions laborals amb què va entrar?

Quan era becària no percebia cap sou. Feia les pràctiques a les tardes, des de les quatre fins a les vuit o les nou del vespre. Llavors, un cop vaig entrar a treballar, em sembla que eren uns 800 euros nets. Era un contracte d’auxiliar o ajudant de redacció, i al cap d’un any o dos vaig passar a ser redactora. Treballava tres dies entre setmana i els dos del cap de setmana, i al principi sobretot en horari de tarda. Tarda-nit, i a vegades feia torn de tancament.

Va anar augmentant de categoria tal com estava previst?

Sí, estava estipulat per conveni.

Estava satisfeta amb els horaris, sou i condicions de treball?

Per una banda em permetia fer activitats al matí, però al mateix temps anava al revés de tothom del meu voltant. La gent treballava matí i tarda, o només al matí, i jo em sentia, sobretot durant el cap de setmana, que anava al revés de tothom. Només tenia vacances quatre caps de setmana a l'any, i tota la resta els treballava. A més, el divendres i el dissabte plegava a les onze o les dotze de la nit, o ves a saber quina hora, i és clar, això em limitava molt. No m'agradava aquest tipus d'horari, m'agrada tenir una vida una mica més ordenada i la vida de periodista, almenys la que jo feia, era una mica més caòtica. No podia tenir les coses gaire controlades i això no m'agradava. Però m'agradava molt la feina de periodista, això sí.

Va estar durant tots els cinc anys amb aquests horaris, o va aconseguir millorar-los?

Al final, em sembla que lliuràvem algun cap de setmana al mes. Ben bé al final. Però sí, majoritàriament van ser aquests horaris que et dic. Molt al final crec que també feia matí i tarda, però també va ser perquè al final vaig canviar de secció i vaig anar a fer temes de societat, salut, escola... en aquell moment hi havia força vacants, perquè havien començat els ERO remunerats i faltava molta gent. Cobries tu sola diverses àrees que abans eren cobertes per dues o tres persones. I bé, començaves a primera hora i acabaves a última hora.

Per tant, vostè i els seus companys van assumir més feina de la que els pertocava per aquest ERO.

Sí, exacte.

Diu que els horaris no li agradaven però que la feina sí. En el seu cas, el periodisme era quelcom vocacional?

Sí, totalment. Jo sempre havia volgut ser periodista, ja de petita m'agradava molt escriure i també soc una persona curiosa, que m'agrada conèixer una mica de tot. Fer successos no m'ho havia plantejat mai, perquè en general soc una persona aprensiva, però em va permetre també créixer en aquest sentit i haver-me d'espavilar per aconseguir la informació. De rodes de premsa, pràcticament puc comptar amb els dits d'una mà les que vaig anar. O notes de premsa, igual. La informació l'havíem d'anar a buscar allà on fos.

Durant la seva etapa al diari, amb quins dilemes ètics es trobava de forma més freqüent?

Sobretot en temes de successos. Per exemple, recordo que una vegada una cap de Barcelona em va dir que s'havia mort una senyora, que li havia caigut un mur passejant el gos a Sant Antoni de Calonge per una tramuntanada. I la meva cap em va dir: "Truca a la família i pregunta'ls com estan". Però clar, aquesta senyora s'acabava de morir. Hi ha temes d'aquests de veure fins a quin punt anàvem a buscar el morbo, i això sí que em generava certs dilemes. Per exemple, recordo també un nen que es va morir en un incendi, que la mare l'havia deixat i ella se n'havia anat de festa. Aquests eren casos que em tocaven molt, hi empatitzava molt i això em generava dubtes de fins a quin punt actuava amb ètica, és a dir, trobava que a vegades anàvem a gratar massa els baixos fons.

S'emportava aquests dilemes personals a casa?

Sí, sobretot si amb les víctimes jo hi empatitzava. Per exemple, recordo que amb aquell nen hi vaig empatitzar molt perquè jo tenia un germà petit d'aquella edat, i tots dos eren adoptats de Rússia, i aquell nen era mig rus. I al tenir tots dos la mateixa edat... recordo que em despertava a les nits. O per exemple, m'havia afectat més una vegada que vaig anar a un accident de trànsit, i veure aquell noi tenia vint-i-pico anys, com jo en aquell moment, mort, i que li treien l'anell de casat, que li treien tot... que no pas un assassinat, si no empatitzava amb la víctima. Però amb la gent amb qui veia que hi podia tenir alguna connexió, que eren com tu o com jo, llavors sí que m'afectava.

Quan tenia dubtes de caràcter ètic, amb qui ho consultava? Amb algú de la redacció de la seva confiança, el seu cap, vostè mateixa, codis deontològics...?

Amb la meva cap. Ella, els problemes ètics, els resolía molt ràpidament [riu]. Era la meva cap i l'admiro al 100%, però en aquest sentit és molt destrallera. Pensa que tot això són xorrades. Jo en aquest sentit soc més reflexiva, i ella era més de "tirem pel tros i ja està". Ella volia buscar el titular que més cridés l'atenció, que és lògic, però a vegades tot plegat et feia dubtar.

En aquests casos, podia mantenir el seu criteri o havia de seguir el que li deia la seva cap?

El que em deia la cap. Una vegada hi havia una auxiliar d'infermeria que per Cap d'Any va matar la seva parella. I jo sabia que era una auxiliar d'infermeria, no infermera. I jo d'això en soc molt conscient perquè la meva mare és infermera i sempre ha distingit, a casa, què és l'auxiliar d'infermeria i què és la infermera. I no ens cabia en el titular "una

auxiliar d'infermeria mata", i de manera que la meua cap va dir: "Doncs posem *Una infermera mata*". I jo vaig dir: "Però no és una infermera, és una auxiliar...". I recordo que l'endemà al matí la meua mare em va despertar: "Però tu no has après res? Era una auxiliar, no una infermera!", i jo: "Ja, però la meua cap...". Fins i tot el Col·legi d'Infermeria va emetre una queixa formal. Jo era conscient que no ho estàvem fent bé, però va ser allò que "la veritat no t'espatlli un bon titular". En aquest cas, jo hauria actuat d'una forma més rigorosa, però llavors hauria perdut força el titular. I en aquest sentit, la meua cap tirava perquè el titular fos més espectacular.

Què la portava a actuar com deia la seva cap? La joventut, la falta d'experiència, la jerarquitxació, les condicions de treball...?

És que la meua cap és la cap. Depenc del meu superior, per tant, jo havia de fer el que em digués ella.

Tenia capacitat de discutir-ho, o havia de fer-se tal qual ella digués?

Podia donar la meua opinió, i ella l'escoltava, però al cap i a la fi, si ella pensava que una cosa havia de ser així, era així i ja està.

Rebia pressions, a l'hora de fer la seva feina, ja fos des de dins del diari (superiors, companys...) o des de fora? (polítics, caps de premsa...)

Poques. Recordo que una vegada, en un tema de lladres silenciosos, va trucar un polític i va dir que volia fer declaracions, i jo no les vaig posar perquè per a mi no tenien cap mena d'importància en aquell tema. I l'endemà va trucar emprenyat perquè jo no li havia tret les seves declaracions. De pressions d'aquest tipus, només puc recordar aquesta. Bé, clar, i quan hi havia temes que afectaven persones, a vegades sí que aquestes persones o els seus familiars trucaven i es queixaven de com ho havíem tractat.

I a dins del diari, els seus caps li deien com havia d'enfocar els temes?

No ho recordo. Clar, jo no ho feia política o economia, que segur que rebien més instruccions. En general, no recordo que hi hagués cap personatge estrany ni cap problema concret.

Havia arribat a canviar informacions per indicacions de la seva cap?

No, no. En el meu cas, sento admiració per qui era la meva cap. Hi ha coses que potser jo les hauria fet de manera més suau, o amb més sensibilitat, però jo crec que és una gran mestra; per tant, poques coses hauria fet diferent, a banda d'aquestes que et comento.

Cap a quin any va decidir deixar el diari?

El vaig deixar el gener de 2009, ara fa deu anys, però ja feia potser un o dos anys que ja tenia ganes de canvi. M'absorbia massa, des del meu punt de vista. La feina que faig ara també m'absorbeix, però tinc un molt bon horari. Treballo amb xarxes socials, de manera que sempre tinc el mòbil disponible, i també treballo molt amb el mòbil des de casa, però és una altra cosa. Allò era no saber mai a quina hora plegaries, i una cosa és no saber si plegues a les 3 o a les 4, i l'altra no saber si plegues a les 9, a les 10, a les 11, les 12, la una o les dues de la matinada.

Què la va impulsar a fer el canvi?

Hi havia les ganes de conèixer l'altra banda, que també m'atreia, però una part molt important era la vida personal. No tan pensant únicament amb la maternitat, que era una cosa que jo tenia prevista però no a curt termini, sinó ja en general com a persona. Tenia ganes de fer altres coses. I de fet, d'ençà que vaig deixar el diari, he estudiat molt.

Què va fer, per deixar el diari?

Vaig trobar una altra feina, a la llibreria de la Generalitat. Era una llibreria molt petita, i em vaig assabentar que buscaven una cap perquè la que hi havia es jubilava. Ho feien a través del que anomenen "contractes de relleu" de l'administració pública: és a dir, que la cap es jubilava, però parcialment. Només hi havia d'anar un mes i mig a l'estiu i la resta de l'any ho havia de cobrir algú. M'hi vaig presentar i em van agafar. Llavors, per mi no era treballar directament en comunicació, però en certa manera sí. Vaig entrar just en el moment en què deixàvem la llibreria petita i ens traslladàvem a un edifici més gran; per tant, hi havia un projecte per a mi molt atractiu, que era passar d'una llibreria petita a una altra de molt més gran, compartint espai amb l'oficina de turisme, amb un espai cultural a la part del darrere on estava previst que s'hi organitzessin esdeveniments culturals... per mi no era anar a fer de periodista, però sí anar a conèixer una altra realitat des d'un altre àmbit, vinculat al món cultural, que també m'agradava, i per això ho vaig agafar. Em va semblar una oportunitat.

Pensava que ja s'havia acabat la seva etapa en el món dels mitjans de comunicació?

[S'ho pensa] No sé si m'ho plantejava tan així, però sí que sabia que al diari s'havia acabat. Tenia ganes d'un altre tipus de vida, i l'ordenament que buscava el vaig aconseguir. El nou horari era de matí i tarda, no era de 8 a 3, però em permetia tenir més ordre i poder-me organitzar molt més bé personalment.

Diu que va poder aprofitar per estudiar i tenir una mica més de vida personal. Per tant, entenc que li va saber greu deixar el periodisme, que era el que sempre havia volgut fer, però no se'n va penedir.

No, però sí que quan vaig entrar a la llibreria de la Generalitat sempre buscava generar un vincle amb la comunicació. Per exemple, quan ens vam instal·lar a la llibreria nova, començava a haver-hi les xarxes socials, i intentava treballar al màxim la comunicació de la llibreria a través d'aquestes eines. De què tenia coneixement, jo? De la comunicació? Doncs intentava treure'n el màxim partit. Tot i que el meu marge de maniobra era relativament escàs, podia fer alguna cosa, però fins a cert punt, perquè hi havia moltes tasques, ja que em tocava fer de tot. Va ser una etapa en què vaig aprendre altres coses, de tot se n'aprèn. Faig una lectura positiva de cada etapa.

Quin va ser el seu següent pas professional?

Vaig estar a la llibreria fins al 2011. El 2012 se m'acabava el contracte, perquè la dona a qui substituïa es jubilava del tot, i sabia que en l'època de plena crisi allà no renovaven a ningú. A més, la crisi també afectava la llibreria, en el sentit que veníem molt menys, s'havien tallat tots els esdeveniments culturals, no es feia res, i la meva feina cada dia era més avorrida, perquè implicava vendre quatre llibres al dia, fer de venedora i de manera molt escassa, havíem perdut un munt de vendes, i la part cultural, que també m'atreia molt, l'havíem perdut. Llavors, pensava: ostres, estàs aquí, t'estàs avorrint, i a més no hi ha projecte per a la llibreria ni per a tu, que no et renovaran perquè no renoven a ningú. Per això vaig començar a mirar altres coses, i va sortir una oferta de feina a l'empresa privada, en una empresa de comunicació i màrqueting digital. Allà vaig començar una altra etapa.

Com va viure el pas de treballar de periodista a la comunicació corporativa?

Bé, de fet no era ben bé un gabinet de premsa, sinó una empresa que ofereix, d'una banda, estratègies de comunicació i màrqueting per als seus clients, i per l'altra, execució de l'estratègia i sobretot projectes web. Allà vaig ser la responsable del departament de màrqueting i també de comunicació, però hi havia una part molt important de sector turístic. Es feien molts projectes per a hotels... bé, també per a institucions, però consistia bàsicament en això: ens venia un hotel que volia tenir una pàgina web i vendre reserves online, i en aquest cas jo els ofería un projecte, conjuntament amb els meus companys de programació, de disseny... De relació amb els mitjans només recordo una o dues vegades per a un o dos projectes en concret. Parlaves amb empreses i institucions, però directament amb els mitjans, no.

Allà estava satisfeta, amb les seves condicions laborals?

No. Amb les condicions, gens. Era una empresa que feien contractes... com t'ho diria... molt precaris. Vaig entrar i van complir amb el que està estipulat: un any i després em van fer fixa. Però era precari en el sentit que cotitzaves el mínim dels mínims, cobraves una part en negre... No era gens equiparable a la formació que tenia. A més, quan vaig entrar em van dir que al cap d'un any m'apujarien el sou, però no hi va haver cap puja en els tres anys i mig que hi vaig estar treballant. Vaig aprendre-hi molt, des del punt de vista tecnològic, perquè mai havia treballat en disseny de projectes digitals i vaig aprendre molt sobre xarxes, web... va ser una gran escola, per mi. Però el cap era un personatge molt complicat. També suposo que això era error meu, però vaig acumular moltes i moltes hores, perquè treballava molt més del reglamentari.

Sense que aquestes hores extres fossin remunerades?

No, clar. I llavors, quan vaig néixer el nen, em vaig adonar que tu t'impliques amb l'empresa, i ho fas perquè consideres que t'hi has d'implicar, però llavors va haver-hi un parell de gestos per part del cap que em van demostrar que jo era un número i que l'interessava poc el meu benestar personal. A partir del naixement em vaig "desenamorar" de l'empresa i em vaig començar a buscar la vida per una altra banda. Sobretot volia tornar a la Generalitat, que és on m'havia sentit més ben acollida. Estava disposada a fer qualsevol feina.

Encara que no fos de comunicació.

Tenint en compte que en aquella empresa m'hi havia dedicat moltes hores, i que amb el nen tenia la sensació que gairebé no el veia, perquè marxava a primera hora del matí i tornava a les *quinientas*... el que prioritzava era tenir un bon horari, sobretot. I a la Generalitat va sortir una feina d'auxiliar administratiu, que vocacionalment no m'omplia, però m'era igual. Va ser una feina on també vaig aprendre coses, però jo el que volia era treballar en comunicació. En aquell moment, però, ja m'anava bé perquè tenia el nen. Vaig entrar a la Generalitat el maig de 2015 i al cap de dos dies de començar em vaig adonar que estava embarassada de la petita. I tenia un contracte de sis mesos. Jo havia fet el canvi per estar amb el nen, i vaig pensar: ostres, t'has quedat embarassada amb un contracte de sis mesos, et faran fora... però va ser al contrari: es van portar súper bé, em van renovar, i vaig continuar a la Generalitat. Vaig estar fent feines d'auxiliar administrativa que no tenien res a veure amb la comunicació, tot i que sí que a vegades podia fer alguna aportació. Per exemple, la Generalitat ara té Twitter a Girona, i jo vaig col·laborar en la definició de l'estratègia. Va néixer la petita, em vaig reincorporar i a partir de setembre del 2016 vaig entrar a gerència de la Generalitat, i d'allà vaig passar a salut, amb una feina que ja no era d'administrativa ni d'auxiliar sinó que era de tècnica. Per tant, tenia més responsabilitat i allà sí que em van valorar la part de comunicació, perquè també havia de redactar, feia temes protocol·laris amb el gerent, actes... em va valorar, tot i que tampoc feia directament de periodista. Però per exemple, preparava discursos. Però a la Generalitat no tenia tampoc feina fixa, perquè tenia el que es diu un "contracte de relleu", com quan estava a la Llibreria. Substituïa una persona que s'estava prejubilant, i el meu contracte s'acabava quan aquesta persona es jubilà al 100%. Jo tenia contracte fins octubre de 2020, i en el moment que es jubilà, ja es veuria què passava. Aquesta situació em va portar a pensar: he de treure'm unes oposicions. I vaig començar a estudiar oposicions a la Generalitat, tot i que no eren de comunicació. Això era un hàndicap, però deia: si no em surt feina de comunicació, però a mi m'agrada molt treballar a la Generalitat, em preparo per tenir una plaça malgrat que no sigui la meva vocació fer feines administratives. I mentre vaig començar a estudiar això, una amiga em va dir que sortia al BOP que s'obria una borsa de treball de tècnics de comunicació a la Diputació. Per tant, al mes de setembre de 2017 tenia sobre la taula dues opcions: continuar estudiant oposicions de la Generalitat, per ser tècnica però no en l'àmbit de la comunicació, o bé preparar aquestes oposicions per a la Diputació. Durant unes setmanes ho vaig intentar combinar tot, fins que em vaig adonar que el temari de la Generalitat no em motivava gens, perquè eren temes molt legislatius. Jo no tenia aquesta vocació, i també vaig veure

que no podia competir amb gent que feia molt de temps que estava treballant en aquest àmbit i que venia del món del dret, de ciències polítiques... En canvi, hi havia aquesta opció de treballar en aquesta altra administració, que no la coneixia gens i que des de fora no és que em motivés massa. Jo era molt defensora de la Generalitat, que hi estava súper bé, però la Diputació m'obria la possibilitat de treballar en comunicació una altra vegada. Em vaig informar més sobre la Diputació, perquè jo com a periodista no hi havia tingut tracte, de manera que en sabia quatre coses i prou. Per tant, em vaig anar informant i a mesura d'anar estudiant vaig tenir clar que posaria tots els meus esforços cap allà. L'oferta de feina va sortir, em sembla, l'1 de setembre de 2017 al BOP, i vaig començar a estudiar ja pràcticament de forma immediata, combinant-ho amb la feina, amb els nens, quan els nens dormien, els caps de setmana... i llavors, al novembre vam fer l'examen i va anar molt bé. Penso que d'examen vaig treure la millor nota, però llavors amb els mèrits hi havia una noia que en tenia més perquè ja hi treballava. Vaig quedar segona de la borsa, i em van cridar el febrer del 2018 per anar-hi a treballar. Volien que m'incorporés immediatament, però jo els vaig explicar que havia de donar un mes de marge a la Generalitat, i em vaig incorporar l'1 de març de 2018.

I des de llavors segueix allà.

Sí. Tenia un contracte per un any, que me l'han renovat ara per un any més. I tard o d'hora han de convocar la plaça.

Ha treballat en el sector privat i en el sector públic. Quines són les diferències amb què s'ha trobat a nivell de condicions laborals?

En el meu cas, que he treballat a privada i a pública, les condicions són molt millors a la pública. Però també és cert, i a vegades la gent no s'ho creu, que tinc molta vocació de servei públic. Sento que la feina que faig, o vull pensar, que pot revertir en la ciutadania. Hi crec, i per mi això també és molt important. Per tant, a mi m'agrada saber que també treballa per als petits municipis. A més, des de la Diputació intento treballar de manera periodística: si hem de fer una nota de premsa sobre algun tema, intento buscar-li la part més noticable. I amb les xarxes socials, igual. Vull aportar informació que pugui interessar a la ciutadania, entitats, empreses. Des de la Diputació hi ha molt camp per córrer per comunicar tot el que s'està fent des de dins en matèria de cultura, medi ambient... s'està fent molta cosa i és molt interessant.

Vostè se sent periodista, encara que treballi en un gabinet de comunicació?

Sí, sí, totalment. Jo crec que exerceixo de periodista. No treballo en un mitjà, però jo faig feina de periodista, perquè cerco la informació, la interpreto, la treballo... per comunicar amb diferents públics. He estudiat Periodisme i crec que en continuo fent. Des dels gabinets es pot fer molt bon periodisme. A vegades sembla que sigui: ah, tu ja t'has passat a l'altre bàndol i ja no pots fer periodisme, i no és això. Depèn de com t'ho plantegis. Jo veig gent que diu: mmmm... bé. Però en el meu cas, la mateixa feina que podia fer al diari gratant per trobar temes noticiables, la faig aquí. De diferent manera, però també la faig.

Creu que en els gabinets de premsa, és diferent que hi hagi un periodista o algú que hagi estudiat publicitat o alguna altra carrera?

Jo crec que és important venir del món de la comunicació, ja sigui comunicació audiovisual, periodisme, publicitat... I trobo tant o més important haver treballat en un mitjà de comunicació. Crec que haver treballat en un mitjà fa que coneguis com funcionen els mitjans, què interessa als periodistes, què és noticable... a vegades hi ha gent que treballa en gabinets de comunicació que no han passat per mitjans, i sí que els veig mancances. Els falta *curtir-se*. Sembla que esperin que la informació els vingui mastegada, i no, tu l'has d'anar a buscar, l'has de treballar, l'has d'unificar i després oferir-ho. I tenir el criteri de noticiabilitat.

En aquests moments, al gabinet de comunicació, es troba amb dilemes ètics?

No, perquè no tracto amb dades ni temes personals. No, en aquest sentit, no.

Té llibertat a l'hora de treballar, en el sentit que si veu les coses diferents del seu cap, pot haver-hi diàleg?

Amb el meu equip no, no hi ha diàleg, però amb el meu cap sí. Ell em diu que sempre tinc una resposta per a tot i que sempre tinc el "però" a la boca, i a vegades sembla que això li agrada i a vegades sembla que no li agrada tant. Alguna vegada m'ho ha dit de mala manera. Però sí que, quan passa alguna cosa, em dona cert marge. Però ara que ve un període electoral estàs molt limitat, ha baixat molt l'activitat de comunicació externa i tot el que es diu s'ha de revisar i mirar amb els secretaris. Tot i això, sí que tinc marge

per fer propostes. Per exemple, amb el tema de les xarxes: estava molt mort, però he pogut impulsar moltes coses.

S'ha trobat en alguna ocasió que l'hagin fet comunicar alguna cosa que vostè pensés que no era del tot ajustada a la realitat?

No, no. Coses que no fossin certes, no.

Com creu que actuaria, en el cas que s'hi trobés?

A vegades puc tenir debats amb el meu cap. Ell em diu que faci una cosa, jo li dic que ho faria d'una altra manera, però si al final ell em diu "qui és el cap?", el cap és ell. I ja està. A vegades m'admet que plantegi el meu criteri, però a vegades no. Precisament fa poc em va tocar el crostó per això. *Donde hay patrón, no manda marinero*, ja ho diuen.

Però en general, no es calla les coses.

En el cas del meu cap, sé quins són els seus límits. Hi ha caps que potser tenen uns límits més ajustats, i ell no tant. Però com que també és una persona que em dona confiança, que em fa la sensació que m'escolta... cada vegada aprenc més a com tractar-lo. Hi havia una situació que ell estava molt nerviós, i jo li feia preguntes, i ell va entendre que el qüestionava... hi ha moments per tot, i malgrat que en un altre moment potser faria un altre comentari, a vegades he de callar i dir *amén*.

Ara té dos fills. Creu que si continués treballant a l'empresa privada, podria conciliar com ara?

No, no. Seguríssim. Jo ara a dreta llei hauria de fer de vuit a un quart de quatre, però em quedo fins a les quatre cada dia. I també faig coses des del mòbil, perquè hi ha coses que s'han de publicar cada hora, però en general tinc molta flexibilitat. El fet de tenir les tardes lliures, tot i que a vegades hi pot haver coses, és un horari privilegiat. I em sap greu que hi hagi gent que, treballant a l'administració, es queixi. Perquè no saben el pa que es dona a fora. Som privilegiats des del punt de vista de les condicions laborals, les temàtiques que toquem... fem coses agradables. Sí, som privilegiats. Ahir, per exemple, després del ple parlava amb un noi que és advocat i que és conserge a la Diputació. I jo li deia: a tu t'agrada la feina? I ell em responia: mira, jo quan vinc a treballar aquí és com si m'hagués tocat la loteria, perquè tinc un bon horari... ell no valorava la part vocacional, que jo sí que la valoro, però també ho veia: estava traient aigua, fent feines relativament

desagraïdes, però és el que deia: si sabessin tots aquests que es queixen el que es dona a fora de sous i horaris, no tindrien nassos de queixar-se.

Abans comentava que ha d'estar sempre pendent del mòbil. Li suposa un estrès treballar fora d'hores, o ho porta bé?

Ho porto bé, perquè estic a gust amb la feina. Jo per exemple puc estar en el meu temps lliure i pensar alguna idea, algun projecte... forma part de la meua vida. Hi ha gent que destria molt la part personal de la laboral, però en el meu cas tot forma part de mi mateixa.

El fet de tenir un bon sou, contribueix a fer que s'agafi millor la feina?

Sí, també. Tot té una recompensa. També veure que anem fent progressos amb les xarxes... quan veus coses que has impulsat o has ajudat a impulsar funcionen i tenen repercussió... et sents recompensat. El tema del sou, evidentment, també influeix, però és un tot.

El fet de tenir dues criatures i responsabilitats familiars, ha marcat d'alguna manera la seva vida professional?

Sí, clar. Per exemple, amb el tipus de feina que té el meu marit, una feina que em deixi les tardes lliures és perfecta, perquè ell no té horari. Per a mi la maternitat és molt important, igual que la feina. I trobar l'equilibri entre les dues coses per mi és genial. Quan estava a la Generalitat, jo estava disposada a renunciar a la meua vocació pels fills. En canvi, ara tinc l'opció de fer el que m'agrada i conciliar-ho amb la vida familiar, de manera que ho tinc tot.

Creu que la maternitat ha frenat la seva carrera professional?

Frenat no, però sí que la determina. Perquè potser, si no hagués volgut ser mare, no hauria vist tan aviat la data de caducitat a treballar en un mitjà. Però quan treballava al diari, em feia la sensació de no tenir vida personal. Ja no només pensant en objectius de maternitat, sinó que quan vaig plegar del diari vaig poder estudiar, fer un màster, postgraus... vaig fer moltes coses que quan treballava al diari no podia. En aquells temps sí que feia anglès a l'EOI als matins, però a part d'això, la gran majoria de coses eren de tardes. El fet de deixar el diari va ser una pèrdua, un dol, perquè hi havia après molt i m'ho havia passat molt bé, i tenia molts bons companys que per sort vivim a Girona i més o menys ens anem veient. Per tant, va ser un xoc, però alhora vaig poder començar a estudiar, a veure un

món nou... vaig veure que no tot eren morts, sinó que hi havia altres àmbits. Va ser molt positiu. M'agrada molt estudiar, aprendre coses, i va ser una bona oportunitat. A més, entrar a la llibreria també va ser un món diferent, molt vinculat a la cultura, i hi vaig aprendre molt. Tenia 27 o 28 anys i vaig aprendre a agafar una feina de responsabilitat en temes de gestió, fer anar una caixa registradora, saber que hi ha albarans, factures... A tot arreu on he anat he après coses, encara que en alguns llocs hagi estat més bé que en d'altres. I on soc ara, per mi és una culminació: faig la feina que sempre havia volgut fer i alhora amb bones condicions. Per molts anys, i que duri!

Com valora actualment la situació del periodisme, tant a nivell de contingut com de condicions laborals?

Quan parlem de periodisme, parlem de mitjans, sobretot?

Bé, de mitjans i també de gabinets de comunicació, ja que en té l'experiència.

La meva sensació és que quan vam acabar la carrera hi havia un panorama molt diferent al d'ara. Abans, quan acabaves la carrera anaves a treballar en un mitjà de comunicació o un gabinet de premsa, i als mitjans hi havia molts professionals. En el nostre cas, que és el del periodisme a escala local-comarcal, hi havia molts professionals repartits del territori que permetien tenir molta proximitat. Ara, aquest escenari ha desaparegut: cada vegada hi ha menys professionals als mitjans i aquesta informació que es tractava tan bé des del punt de vista de la proximitat ha desaparegut. Hi ha hagut molta sortida de professionals i al mateix temps han aparegut nous mitjans, els mitjans digitals sobretot. I d'una banda hi ha hagut professionals del món del periodisme que s'han decantat cap aquí, i per l'altra també hi ha hagut una gran quantitat de persones que s'han afegit a aquest món digital sense que la seva formació vingui prèviament de mitjans tradicionals, i això provoca un nou panorama en què la fiabilitat també es posa en dubte.

La preocupa l'intrusisme professional?

Exacte, intrusisme. Per a mi, l'intrusisme és allò que dius: ostres, tants llicenciats que surten ben preparats... Evidentment, sortir de la facultat no és sinònim de ser professional, sinó que cal un rodatge, però és que avui dia tothom es pensa que és periodista, i que tothom pot comunicar, i a les xarxes socials hi ha tot el tema de les fake news. Ara es valora molt més la immediatesa que no pas el rigor que es valorava temps enrere. Fins i tot nosaltres mateixos, o almenys jo, quan llegeixo el diari, dic: aquesta informació ja està

desactualitzada, perquè des de fa dotze hores això ha canviat molt. Vivim un món amb moltes presses i això es transmet en tots els àmbits. La mateixa manera d'informar-nos no permet que, davant d'una informació, ens puguem contextualitzar, documentar-nos, fer una lectura reposada; sinó que moltes vegades ens limitem a titular, tenim imatges impactants, i molts cops això genera una informació que al mateix temps també és desinformació, perquè només són impactes.

Creu que els mitjans no contextualitzen prou?

O potser som nosaltres, que no ens informem prou. Jo la primera, que moltes vegades em limito a llegir un tuit. Veig un titular i algunes vegades faré clic, però altres no el faré i em quedaré amb aquella idea, que és esbiaixada, perquè evidentment no has pogut aprofundir-hi més.

També és responsabilitat del lector, el tipus de mitjans que es consumeixen?

I tant, sí. Crec que hi ha molta feina i instruments perquè hi hagi una ètica professional, però també s'ha de fer una feina des de la base, des de les escoles i la ciutadania, de poder destriar la informació i saber-nos informar. Penso, per exemple, en les notícies sobre salut. És que clar a través de les xarxes t'arriben un piló d'impactes que moltes vegades són desinformacions i falsos rumors... estem sobreinformat, i aquesta sobreinformació provoca desinformació.

Vostè que treballa amb xarxes socials. Li fa la impressió que els mitjans van cada vegada més a buscar el “clic” sense que importi res més?

Els mitjans, clar, aposten pel sector digital, i penso que uns que ho saben fer molt bé, el fet de generar clics, és *El Nacional*, amb *En Blau*. Ho fan molt bé amb els titulars, que són molt cridaners, coses així grogues. I llavors, quan fas clic i llegeixes, penses que tampoc n'hi havia per tant. I és això. Perquè clar, han de buscar fonts de finançament, que en aquest cas és la publicitat.

Creu que la feina de periodista està prou ben valorada, tant per les empreses com per la societat?

Jo crec que davant de la gent, si dius que ets periodista, vesteix. Si tu volguessis anar a lligar, dient “soc periodista” quedes bé. Però al mateix temps, els periodistes també estan estigmatitzats per molta gent en el sentit que ser periodista equival a ser manipulador.

Perquè moltes vegades es confon la gent de la premsa groga i rosa... de cara a la societat, la professió de periodista es confon a vegades amb altres rols, com presentadors de tele. I per les empreses, em preguntaves?

Sí. Creu que les empreses valoren la trajectòria i qualitats dels professionals, o pensen que qualsevol serveix per fer aquesta feina?

Sí, en aquest sentit, moltes vegades els criteris qualitius no es tenen en compte. Per exemple, en xarxes socials: sembla que pel fet que t'agradi fer fotos ja pots fer un Instagram. També hi ha molta desinformació en aquest sentit, es confonen rols en general. Per exemple, es pot pensar que un informàtic pot dissenyar webs. I ostres, crec que el disseny web ha d'anar molt més enllà d'un informàtic, també hi ha d'haver la part de comunicació, la part de disseny, i evidentment també el programador informàtic... tot plegat està generant confusió, i al mateix temps, entre els propis professionals, hi ha tanta polivalència que tothom sap fer de tot però ningú sap fer res. Per exemple, vam tenir a la Diputació un becari que era filòsof. I és un noi trempat, que ell mateix es defineix com a periodista. I com a persona molt bé, però es veia que li faltava la base de periodista, perquè a l'hora de destriar què era noticiable i què no.... I dius: val, molt bé, és una persona que ha fet un màster del que sigui, però també es veu que li falta la base. Potser la crítica d'una exposició la farà superbé, perquè a més dominarà una cultura general que jo no tindrè, però l'etiqueta de periodista crec que es posa amb massa facilitat. I ja et dic, aquest noi és un 10 com a persona, no és res contra ell. Fer crítiques d'art o culturals no suposa que siguis periodista, però en canvi ràpidament es posa l'etiqueta de periodista, jo crec que amb molta lleugeresa.

Quin paper creu que han de tenir les associacions i col·legis professionals davant l'actual situació del periodisme?

Tant de bo que pogués ser col·legiada. Però des del moment que hi ha un Col·legi que admet membres que no tenen formació prèvia en comunicació... ja no dic Periodisme, sinó qualsevol cosa de comunicació... doncs no em genera crèdit, no em dona confiança. Això per una banda. I per mi va ser molt greu que, quan es va convocar una plaça a la Diputació, el Col·legi fes un comunicat dient que li sabia molt de greu que la Diputació hagués exigint que el requisit fos que fossin llicenciats en Periodisme. No és que el Col·legi no et defensi, sinó que va en contra dels llicenciats, perquè hi ha molt d'intrusisme en aquest món en general. I ostres, un avantatge que en teoria tens, que és que tu tens una

titulació oficial i un altre no, ells va i no ho valoren ni ho defensen. Per tant, òbviament, sí que penso que és necessari que hi hagi entitats i sindicats que defensin els interessos dels professionals, però amb un criteri. I això que la noia del Col·legi és molt trempada i la formació que ofereixen està molt bé, però és simplement el criteri d'entrada. El comentari que et faré ara és molt demagog, però la meua mare és infermera. I imagina't que jo moltes vegades he vist a ma mare punxar. I que jo digués: "porto tota la vida veient ma mare com punxa, per tant, jo també puc punxar". Ostres, a mi no em generaria gaire seguretat. És molt demagog, però a mi m'agrada molt construir legos. Això vol dir que puc construir edificis? Crec que per part del Col·legi és un afany recaptatori. Fa uns anys hi havia un context, perquè hi havia l'escola de periodisme franquista que molt poca gent hi anava, però avui en dia, amb el context que hi ha, amb els nanos que surten de les facultats i els costa tant trobar un lloc de treball... poso com a exemple el meu becari: ha estudiat filosofia, però com que ha treballat a Núvol, allà és periodista. Ostres, això és molt fort, per mi no està gens justificat. I clar, com acredites que una persona que podria ser *pepito de los palotes*, és un professional del periodisme? Jo, treballant dos anys a la cuina d'un cafè, puc dir que soc una gastrònoma? Per tant, jo no vull col·laborar amb un Col·legi que no va a favor dels nostres interessos sinó que al contrari, està posant pedres sobre el nostre teulat. Ho trobo demencial. I em sap greu, perquè sé que s'està fent bona feina des del punt de vista formatiu, la revista... però fins que no es resolgui això, no tornaré. Jo soc molt *punki*, amb aquestes coses.

Com veu el futur de la professió?

Hi ha de tot. Per exemple, si un nano es planteja estudiar Periodisme, li diries el típic: ui, no, perquè no hi ha sortides... però jo crec que sí. El bagatge que et dona una formació en comunicació és aplicable en molts àmbits. En aquest sentit, no renegaria del fet d'estudiar de periodisme o ciències de la comunicació perquè no té sortida, i més en el moment que estem vivint, amb aquesta diversificació de mitjans i canals, sobretot pensant en l'aspecte digital, que és cap on anem tots, però al mateix temps que l'intrusisme ens pot fer molt de mal. Per això, crec que cal una regulació de l'intrusisme del sector més enllà de poder acreditar dos anys d'experiència, per poder oferir una informació de qualitat. Perquè si no és això, se'ns està barrejant amb altres perfils que no ens afavoreixen la nostra reputació ni el nostre futur.

C.2 Transcripció entrevista “Marc”

Com es va introduir en el món del periodisme?

A través de les pràctiques de la carrera. Primer vaig estudiar Humanitats, amb la idea de canviar-me a Periodisme durant el segon cicle, però al final em vaig llicenciar en Humanitats i després vaig fer el segon cicle de Periodisme. Per tant, tinc les dues llicenciatures: Humanitats i Periodisme. Llavors, les pràctiques... bé, no eren les pràctiques, sinó una assignatura de Periodisme Local, la vaig desenvolupar en un diari. Hi havia d'estar un mes, però m'hi vaig quedar tot l'estiu, perquè vaig considerar que estar allà em permetia aprendre, més enllà de l'assignatura. I això va ser la porta d'entrada perquè al cap d'onze mesos em truquessin que hi havia una plaça per poder començar a treballar al diari. I tot i que volien que la incorporació fos immediata, vaig demanar si podien esperar que acabés els exàmens de quart per poder incorporar-me. Vaig fer els exàmens el 22 de juny, i el 23 de juny de l'any 2000 començava a treballar.

Començava, llavors, la seva feina remunerada? Anteriorment havien estat pràctiques?

No. Curiosament, tot i que els becaris no són mai o gairebé mai remunerats, com que l'assignatura era d'un mes i jo vaig estar-hi tres mesos -fins al setembre, excepte algun dia que havia de fer algun examen de recuperació-, el diari em va acabar pagant, gairebé de forma honorífica, 40.000 pessetes de l'època per la feina que havia estat fent durant l'estiu. Va ser molt ben rebut, perquè comptava que rebria zero, perquè entenia que aprenia fent la feina. Sempre he pensat que és una feina que s'aprèn fent-la.

Com era el primer contracte de treball que va tenir?

No ho recordo massa, però com solia passar més abans, tot i que segur que hi ha moltes empreses que encara ho fan ara, estava com a ajudant de redacció, la categoria més baixa que hi havia a l'empresa, que eren uns 900 euros bruts, tot i que crec que amb contracte indefinit des del primer dia. Però això no va voler dir massa res, perquè al cap de nou mesos me'n vaig anar al carrer.

Què va passar?

Bàsicament, l'excusa que em van donar és que ho estava fent molt bé, però que havien de fer fora tres o quatre persones de l'empresa, i com que era l'últim a entrar, era el primer

a sortir. I em van advertir que no anés a treballar pel diari de la competència, la qual cosa em va sobtar: en aquell moment, que m'estaven fent fora, alhora m'intentaven coaccionar per anar a buscar feina o no a un altre lloc!

Què va fer, llavors?

Vaig tenir molta sort. Al cap de vint dies d'aquest fet, tenia feina: començava a treballar com a autònom una ràdio i per un diari del mateix grup mediàtic. Però tot i ser autònom, tenia una feina fixa al diari i un sou fix a la ràdio per fer una sèrie de feines.

Per “feina fixa” es refereix al que anomenaríem “fals autònom”; és a dir, que treballava només per una empresa tot i ser autònom?

Sí, era un d'aquests famosos fix discontinu, fals autònom. Treballava diàriament a la redacció i passava temes cada dia a la ràdio, però utilitzant aquesta figura d'autònom. Em garantien un mínim, i després t'agafaven, sobretot del diari, coses que et permetien treure més ingressos dels mínims establerts. En aquest cas, feia unes pàgines d'universitat i feia cròniques diàries per la ràdio, i això m'assegurava un sou fix. Feia la meua feina del dia a dia i fins i tot quan marxava de vacances havia de deixar la feina feta.

Si compara les seves rutines de treball quan estava en plantilla –els nou mesos a l'anterior diari- i com a autònom, en quin període va notar més llibertat a l'hora de treballar les informacions?

Al final, la situació era bastant semblant. A la majoria de feines acabes fent una mica el que et diuen, és a dir, la feina que tens encomanada més alguns extres: per exemple, si hi havia rodes de premsa, les anaves a cobrir per després poder fer el tema i tenir un afegit al fix que ja tenies. Entre un lloc i l'altre, doncs, jo no vaig veure grans diferències. S'ha de dir, també, que en el primer lloc de treball no ho recordo del tot bé però crec que tenia un horari de treball complicat, de dimecres a diumenge. Però entens que essent la primera feina l'has d'acceptar, i que després ja aniràs veient com evoluciona.

Amb quins dilemes ètics es va trobar a l'inici de la seva carrera, quan treballava majoritàriament per a mitjans escrits?

Jo crec que dilemes ètics en tenies pocs, en aquell moment: quan comences a la carrera, com que vas molt al dictat, fas el que et diuen. I almenys, que jo recordi, no hi havia problemes d'ètica periodística. Més enllà d'una qüestió, que jo crec que era molt

personal... Aquell primer estiu, quan encara estava de pràctiques, no crec que estigués encara amb contracte, recordo la mort d'un nadó que em va tocar cobrir, i allà em vaig adonar que jo mai podria fer successos. Perquè reconec que va entrar el pare de la criatura morta allà on jo estava i no vaig gosar preguntar res, perquè sempre he pensat que abans que periodistes som persones. No vaig fer la meva feina, però vaig entendre que vaig fer una feina humanitària, que era dir que als meus caps que no havia pogut parlar-hi. I ja està. No vaig fer la meva feina bé, però vaig considerar que algú a qui se li ha mort un fill, sigui per les circumstàncies que sigui, no l'has de molestar. Però hi ha companys que no opinen així.

Era, doncs, una qüestió personal.

Jo vaig entendre que era així. I encara en pràctiques, sense contracte, vaig entendre que no podria fer mai successos, tot i que veig companys com treballen i fan la feina molt bé, i a més aquest tipus de notícies acaben essent les més llegides. Però jo intento no regir-me mai pel que la gent acaba llegint més, sinó per fer el que jo crec. I en aquell cas vaig creure que no era oportú i no vaig molestar al pare.

Ho va consultar amb algú, o va seguir només el dictat de la seva consciència?

No, jo crec que ara és la primera vegada que ho explico. Va passar en aquell moment, i als del diari els vaig dir que no havia pogut parlar amb ningú de l'escala, i en tot cas segurament després vaig intentar parlar amb el del bar del baix, el veí... coses que crec que sí que pots fer i que en tot cas potser et donen alguna informació interessant o rellevant, però no vaig voler parlar amb el pare.

Com va finalitzar la seva etapa com a autònom?

Al llarg de dos anys i mig vaig rebre diverses trucades per part de l'empresa editora del diari on havia treballat en plantilla. Sempre vaig considerar que no hi volia tornar, fins que al final la duresa de ser autònom m'ho va fer replantejar. Sí, estava molt bé, guanyava molts diners, em guanyava molt bé la vida: en aquells moments, abans de l'euro, podies rondar perfectament les 300.000 o 350.000 pessetes mensuals, que eren molts diners. Treballava molt, però també hi havia un retorn important. Al final, però, quan feia 15 dies de vacances havia de pagar si no recordo malament 30.000 pessetes de l'època en autònoms, i a vegades, havent fet 15 dies o tres setmanes de vacances, acabava guanyant 38.000 pessetes al mes. No em sortia a compte. I vaig pensar que tornant a tenir contracte

guanyaria en estabilitat, potser fins i tot guanyant menys diners. En aquell moment, a més, la pressió era alta, perquè per la ràdio treballava de diumenge a dijous, fent cròniques diàries, i pel diari treballava de dilluns a divendres i a més un cap de setmana de cada tres o quatre. Per tant, treballava molt.

Per tant, els pros de ser autònom en aquell moment eren els diners i els contres la falta d'estabilitat i els horaris.

Mmmm sí... però de fet, el fet de ser autònom o estar en contracte no marcava gaire una diferència, en aquest cas.

Llavors va decidir tornar al diari.

Sí. Vaig tornar al diari i seguia amb un horari de dimecres a diumenge que vaig mantenir durant cinc anys i mig; per això dic que ser autònom o tenir contracte no marcava la diferència, en aquest cas. Però sí que entre setmana començava a fer coses diferents del que era estrictament les necrològiques, la graella de televisió... que són parts molt importants del diari però que acostuma a fer la gent amb menys experiència. I després d'una discussió amb els caps, que alguns deien que no i altres que cap problema, em van mantenir l'antiguitat dels nou mesos, perquè per conveni estava marcada la puja de categoria. I al cap de tres anys vaig convertir-me en redactor, malgrat que des del primer moment ja estava exercint de redactor. En aquell moment passaves d'ajudant a auxiliar, i d'auxiliar a redactor. Eren tres o cinc anys, no ho recordo ben bé. Quan portaves cinc anys a l'empresa i ja eres un redactor a l'ús, llavors et reconeixien la categoria.

Entenc, doncs, que auxiliars, ajudants i redactors acabaven fent, en el fons, la mateixa feina.

Sí. Era una qüestió estrictament burocràtica per estalviar diners a l'empresa. En cap cas va associada la categoria que tens a la feina que realitzes. No sé com funciona actualment, però històricament en aquella empresa era així.

Llavors era redactor de base. Rebia pressions, de dalt, a l'hora de fer la seva feina?

No, la veritat és que no. Sí que el director o el cap de secció et marca uns criteris i tu els intentes seguir, t'indica uns temes i tu els segueixes, però en el que és decisió teva, tu pots fer i desfer. En tot cas, pots estar més d'acord o menys amb l'espai que se't dona o qüestions així, però a l'hora de fer temes no hi havia ingerències per part dels directors.

Ingerències importants, vull dir. Al final, ells són els superiors i sempre hi ha pressions, però en aquell moment no n'hi havia. Almenys, durant molts anys, no n'hi va haver.

I vostè, feia un esforç per adequar-se a la línia editorial del seu diari?

No, perquè segurament també era molt la meua línia. Per exemple, al diari on havia estat com a autònom sí que hi havia una línia ideològica diferent del que jo podia pensar, i hi havia alguna cosa que s'allunyava de mi. Jo no podia utilitzar "Catalunya Nord", sinó que havia d'utilitzar "Sud de França". Eren qüestions que t'hi adaptaves, i en aquell moment, que no era l'actual, semblaven detalls. No consideraves que fossin qüestions massa importants. Existien, però bé. A l'altre diari no es diu "província" sinó "comarques gironines".

Ingerències des de fora (caps de premsa, partits polítics, etc.), en rebia?

Anava a contestar molt ràpidament que no, però al final és el que sempre dic: no sé què els ensenyen a la universitat als que estudien comunicació corporativa, però jo sempre els recomanaria que el tracte personal és clau. I al final, tenir confiança amb un cap de premsa segur que l'ajuda a l'entitat, corporació o persona política que està representant. Al final, són relacions de confiança. Fins i tot encara que s'allunyi de la teua posició personal: si tenen bon tracte i et faciliten la feina, tu també acabes cedint. Però ingerències no n'hi va haver d'excessives, almenys durant la primera època. Després jo crec que van anar a més. Hi va haver un moment que la situació va canviar: suposo que quan ets més crític amb el poder notes que hi ha més gent que es posa nerviosa i posa en dubte la teua feina, malgrat que tu creus que has fet el que et pertocava.

Entenc, doncs, que va poder començar a ser més crític amb el poder quan va tenir més experiència.

També hi va influir el fet que durant una època molt llarga jo vaig fer societat, i el món educatiu té tendència a queixar-se molt si no els agraden les coses, però jo vaig tenir sort perquè no vaig rebre massa pressions. En tot cas, jo feia la feina que creia i no em puc queixar de com va anar. Després feia també temes socials, que en alguns casos són col·lectius que tenen pocs mecanismes directes per poder fer pressió, i per tant tampoc en vaig rebre massa. Llavors sí que, en passar a fer política municipal diària i començar a qüestionar determinats temes de l'acció de govern, vaig notar un canvi. Però això va arribar molts anys després.

Quin va ser, aquest canvi? Com es va materialitzar?

No em deien res directament a mi, però sí que hi havia trucades als meus caps que feien veure que allò no acabava d'agradar. Per això, crec que una cosa important és la reacció del cap que tens per sobre. Jo vaig tenir diversos caps, i amb un d'ells estava tranquil perquè sabia que em defensaria, encara després hagués de fer un reportatge "de torna" perquè allò no havia agradat.

Passava sovint, que hagués de fer un reportatge "de torna" perquè una informació no havia agradat?

Sí, sí. Però jo, fins a cert punt ho veig lícit, sobretot perquè almenys hauràs pogut explicar el que era crític. És molt pitjor el cap que dona la raó a qui es queixa i veta una informació que pugui ser crítica. En el meu cas, recordo que des de l'Ajuntament es va qüestionar una opinió meua, en un article que quedava clar que era d'opinió. I en aquell cas, el meu cap no em va defensar. I això que en la informació no hi havia cap error, sinó que només hi havia unes dades extretes d'un acord de junta de govern, però el que no va agradar va ser la meua opinió, perquè els fets, repeteixo, estaven extrets de dades de la junta de govern, i per tant no hi havia cap error. En tot cas, no agradava que es qüestionés una de les obres que es feia des del govern municipal.

Les queixes per part del govern municipal van ser els principals problemes amb què es va trobar en aquella època?

Quan entres a treballar en l'àmbit municipal, et trobes que tots els partits pensen que tenen massa poc espai o que no se'ls fa prou cas. De fet, ja hi havia queixes d'alguns partits que estaven a l'oposició perquè deien que només es feia cas al govern, però els grups de l'oposició han d'entendre que qui acaba decidint coses és el govern, si té majoria. Per tant, volien tenir més quota, però jo entenc que qui pren decisions és el govern i el que pot fer l'oposició només és millorar aquestes qüestions. I en tot cas, si hi ha un canvi de govern, com va passar en aquesta ciutat, acabaran tenint el mateix pes perquè seran els que governin.

Els ho podia fer entendre?

Jo sempre m'he sentit molt lliure. A vegades et qüestionen a tu mateix, sobretot perquè des de fora sempre hi ha la sensació que els periodistes estem manipulats, pressionats, i

aquesta sensació hi és molt. Però durant molt de temps jo vaig poder dir, amb la cara ben alta, que a mi tot això no m'havia passat mai. Potser hi ha temes que no arribem a publicar, perquè abans que arribin a nosaltres ja queden descartats i tu ja no tens l'opció de dir "mira, em sembla que això pot estar bé o malament", però durant molts anys vaig poder dir que no m'havia passat mai. Després d'aquest parell de casos vaig haver de dir que sí, que hi ha ingerència, i que per tant la teva feina te la coarten i després... no en excés, però durant unes setmanes sí que penses: això no ho faré perquè potser em tornaran a renyar.

S'autocensura?

Sí. Però només dura unes setmanes, després tornes a fer tot el que creus. Perquè segurament entens que, en aquell moment, qui es va equivocar va ser el cap per no defensar-te, sobretot davant dels altres. Al final, el cap el que ha de fer és defensar els seus treballadors, perquè quan publiques una informació, o emets un contingut per televisió o per ràdio, entenc que qui supervisa aquesta informació ja l'ha revisada, i que per tant el responsable n'ha de ser ell. En tot cas, no s'hi val a dir, quan algú et truca, que té raó i que la peça no s'hauria d'haver publicat o emès. Entenc que aquí està l'error, que seria un error de *tempos*, en el periodisme.

El fet de passar ser autònom a tenir en contracte indefinit una altra vegada, el va fer sentir més còmode o més tranquil a l'hora de poder fer la seva feina?

Jo crec que a nivell de feina no suposava cap canvi, sinó que ho suposava més a nivell d'estabilitat personal. Quan portava ja un temps llarg i vaig veure que no em feien fora com el primer cop, em vaig poder comprar un pis i llavors et plantejes l'evolució vital de qualsevol persona quan va fent anys. Per tant, em va ajudar més a nivell personal. A nivell professional, entenc que la feina, siguis autònom o contractat, ha de ser la mateixa o semblant.

Quant de temps va estar al diari, en total?

Des que vaig tornar aquell segon cop, uns tretze anys.

Què el va portar a deixar el diari i anar a treballar a la televisió?

Senzillament, em va sortir la possibilitat de canviar. Jo havia treballat en premsa i ràdio però no havia fet televisió, de manera que quan se'm va oferir la possibilitat d'anar a treballar a la televisió vaig pensar que era una bona oportunitat de tancar el cercle. Jo

sempre feia broma i deia que no saps mai on hauràs d'anar a demanar feina, i d'aquesta manera vaig pensar que intentaria aprendre a fer tele. Per això vaig decidir fer el canvi.

Va ser, per tant, una decisió per motius estrictament professionals? O també hi va jugar la part personal de voler tenir millors horaris o més possibilitats de conciliació?

Sí, en aquest cas tot es va ajuntar. Estava esperant una criatura i al diari els horaris eren complicats, perquè hi havia moltes reunions de nit o molta feina que et feia acabar molt tard. I en principi, a la tele, semblava que l'horari podia ser més controlat, sense caps de setmana, i per tant permetia millorar la conciliació, sense cap mena de dubte. A tot això s'hi sumava, a més, el repte personal i professional d'aprendre a fer televisió, que quan estudiava la carrera sempre deia que era una feina que no faria mai. Considerava que era massa tècnic, i ara que hi soc, puc confirmar que sí, que és massa tècnic. Al diari sempre feia la broma que amb un boli ja fas, i que, si et falla el boli, amb la memòria gairebé ja fas, i en canvi a la televisió necessites la imatge, el so, el tall de veu... en un diari, amb una trucada, sense ni tan sols tall, perquè potser és *off the record*, ja pots explicar coses. Per tant, és tot molt tècnic: primer has de fer la peça, i després necessites que funcionin les fibres, les antenes... al darrere hi ha una complexitat tan gran que llavors no em preocupava perquè ni tan sols la coneixia, però sí que em preocupava ja la veu, el color, el so, la targeta, abans la cinta, que no s'hagi esborrat... de fet, tot això és el que em feia dir, a la carrera, que mai faria tele.

A més, no va significar només un canvi de tipus de mitjà, sinó que va passar de ser redactor de base a cap d'informatius, adquirint així més responsabilitats.

Formalment, sí.

A què es refereix, amb "formalment"?

Bé, quan estava al diari jo no tenia cap equip a sota, però sí que acabaves tenint dues o tres persones que, sense estar a càrrec teu, depenien bastant de tu. I on no arribaves tu, arribaven elles.

Han canviat d'alguna manera, els dilemes ètics amb què es trobava abans, com a redactor en un diari, i els que afronta ara, com a cap d'informatius en una televisió?

Jo crec que són bastant iguals.

Per tant, considera que el respecte a la privacitat i les intromissions polítiques són les qüestions que més l'han preocupat al llarg de la seva trajectòria?

Sí. I amb la nova etapa, també te n'adones més dels vincles econòmics. Jo abans ja n'era conscient, perquè tu ja saps quan a determinat banc li estàs fent un reportatge per una qüestió que interessa a l'empresa. Una altra cosa és que allò pugui ser interessant, i aquí entrava la meua feina, si em tocava a mi fer-la: aconseguir que allò fos el més periodístic possible. Partint de la base que la motivació darrera d'allò no era periodística, havies d'intentar convertir-ho en el més periodístic possible. Per tant, que en el món en què vivim les relacions econòmiques existeixen, i més en mitjans privats, que és on he treballat jo sempre, ja ho tenia clar, però quan ets cap d'informatius ho tens més present. El que passa és que llavors tu també tens el dret a dir quina duració tindrà aquella peça, en quin moment de l'escaleta la poses i com ho acabes "venent" als teus espectadors. El que has d'intentar és ser honest, i jo ho intento ser. Segurament equivocant-me moltes vegades, i podent fer les coses millor moltes vegades, però jo intento això.

És a dir, partint d'una realitat que no pot canviar perquè és la que és, intentar fer-ho de la manera més honesta per a vostè i cap als espectadors.

Al final, les relacions econòmiques són importants perquè cadascú vol cobrar el seu sou. Les empreses, tot i que n'hi ha algunes que no ho sembla, han d'equilibrar els seus pressupostos, i necessiten ingressos. Jo ja n'era conscient, ja n'era abans, i ara òbviament molt més, però intentes que això no tergiversi els titulars, les primeres notícies que poses a l'informatiu... Nosaltres hem acabat fent publireportatges a l'informatiu? Sí. Però on els hem posat? Just abans de la publicitat. És la manera que tenim per respectar que l'empresa funcioni i alhora no enganyar els teleespectadors. Penso que si allò és un publireportatge d'una marca de cotxes o d'un client de l'empresa, que el que ho està mirant també n'ha de poder ser conscient. Als diaris veiem publireportatges amb lletres molt similars a les que s'utilitzen en les informacions, i només a dalt posa "publireportatge". Crec que ja està calculat el percentatge de gent que ja no veu que allò és un publireportatge. Però en tot cas, èticament, hi ha maneres perquè la gent ho pugui visualitzar. Nosaltres ho intentem; amb errors, segur, perquè cada dia hem de fer molts minuts d'informació i a vegades la premsa segur que mai és la millor companya per fer les coses.

Considera que té prou llibertat a l'hora d'aplicar els seus criteris?

Sí, sí. Perquè a més a més, si hi ha un dubte molt gros a nivell ètic, de dir: “això no podem fer-ho”, normalment, si plantejo la situació als meus caps, trobem un encaix. Si hi ha alguna empresa que es pot ofendre i és clienta i estem parlant d’una informació que no la deixa bé, sempre hi ha l’opció d’explicar les dues bandes. Una altra cosa és que aquella empresa vulgui explicar-se, però bé, tu ja li has ofert la possibilitat, per tant, pots explicar el que calgui. O en tot cas, pots oferir el seu punt de vista sense que aparegui específicament ningú d’aquella empresa, si no vol sortir a càmera. Per tant, considero que sempre és possible trobar l’encaix. Tot i això, a vegades no és fàcil, i necessites debatre-ho amb els caps que tens per sobre.

Amb qui els debat, aquests dubtes?

Amb el director. Si jo crec que hem de fer alguna cosa, ho plantejo, i normalment trobem la solució. A vegades és més fàcil i a vegades és més complicat, però normalment acabem trobant la solució. Però aquesta vinculació econòmica crec que hi és i en tots els sentits; per tant, qui la vulgui negar crec que menteix.

Aquesta vinculació econòmica és, avui dia, la seva principal preocupació en l’àmbit ètic, a la televisió?

Bé, detectes que els polítics també hi són, i més quan s’acosten eleccions, en el moment actual que viu el país, que és complicat... i has de batallar. També és veritat que, quan seguint el meu criteri he cregut que havíem d’informar coses que no coincidien amb la línia de pensament de la meva empresa, ho he pogut fer. Potser en desacord amb el meu criteri personal, com a ciutadà, però si jo creia que professionalment ho havíem de fer, ho he pogut fer. Hauré trigat més, perquè potser a nivell personal també m’ha costat més acceptar algunes coses i fer informacions de cert tipus, però ho he pogut fer, i per tant, dintre de tot, estic satisfet.

A hores d’ara, la seva principal directriu ètica continua essent la seva consciència, igual que en els inicis de la seva carrera, quan es va negar a parlar amb el pare del nadó?

Sí. De fet, als meus informatius hi ha molt pocs successos. Sé que és el que la gent vol, però si no és una cosa molt sonada, els petits judicis em costa molt explicar-los. I potser és un error, però prefereixo explicar projectes: alguns seran bons, o dolents, alguns seran coses positives, d’altres negatives... és una qüestió molt personal. Segurament, jo soc així

i així surten els informatius que jo edito, que no tenen res a veure amb el que faria una altra persona.

I l'empresa l'hi respecta?

No m'han dit mai res.

La necessitat d'obtenir audiència es reflecteix d'alguna manera en els seus informatius?

No, en cap cas. A més, en empreses privades com la nostra tenim molt poques mans i moltes coses per explicar; per tant, a més dels criteris periodístics, hi ha d'haver uns criteris d'eficiència, practicitat i temps. En algun cas, aquests criteris fins i tot poden anar en contra l'edició de l'informatiu, de manera que ho intentes solucionar amb notícies diferents de format: hi ha platós punxats, VTRs, entrevistes en profunditat que pots fer durar un quart d'hora tres dies després que hagi passat un fet.... Has de jugar amb això perquè els recursos humans sempre són migrats per les necessitats i per la feina que realitzem, que cada dia és molta.

Té un equip jove, per a qui en molts casos és la primera feina. Té en compte les seves condicions amb què treballen, a l'hora de dirigir-los i encarregar-los feina?

No. Perquè els considero tots iguals, i considero que estem en aquesta empresa per fer una televisió, per fer informatius, i no ho tinc en compte. Jo sé que els que són bons tindran la sort de poder marxar, de poder guanyar més diners en un altre mitjà, i jo estaré content, quan passi això. L'únic que intento és que aprenguin tant com puguin perquè, en el nostre cas, han de fer la feina ràpidament i bé. I estic segur que quan marxin a un altre lloc l'hauran de fer bé però potser no tan ràpid. Però segur que els ajudarà, durant una etapa de la seva vida, haver hagut de fer la feina bé i ràpid. Perquè després segur que la faran molt bé, perquè no l'hauran de fer tan ràpid. I això no és fàcil. Hi ha gent que funciona molt bé i hi ha gent que no, però jo no em queixo.

Considera, doncs, que malgrat que no tenen unes bones condicions de treball, els seus treballadors poden aprendre?

Sí. De la mateixa manera que, en el seu moment, jo anava a fer-hi una assignatura i m'hi vaig quedar tot un estiu, ells ja entren en una carrera professional, perquè estan amb contracte. És cert que se'ls paga poc, però és la seva primera porta d'entrada. Hi ha gent

que tenim que és la seva primera feina després de la carrera. Hi ha molts joves que es queixen, que diuen “després de la carrera no tenim cap oportunitat”, però a la nostra empresa això sí que no passa. I això ens perjudica en el fet que a vegades hi ha molts canvis en pocs mesos de gent que plega, però al final també t’adaptes als canvis i si en l’elecció del personal que renoves l’encertes... has de funcionar com un club de futbol. Si has de fitxar un davanter centre, i aquest davanter centre l’encertes, et farà molts gols. En canvi, si t’equivoces, segurament farà que tot l’equip no marqui gols. I malgrat que el nostre equip és petit, encara fem algun gol, encara que sigui de rebot.

Què valoren, a l’hora de seleccionar els treballadors? El currículum, la formació, l’experiència professional...?

Ens mirem el currículum, perquè la formació per a mi és important, sí. L’experiència no ens la mirem en excés, tot i que en algun cas sí que ens l’hem mirat perquè ens havia marxat algú que tenia més experiència i, per tant, si haguéssim quedat només amb gent sense experiència hauria estat un problema. Però també veig que, amb el temps, gent que no tenia gens d’experiència demostra que té molta qualitat, i que en pocs mesos l’espectador només ho detecta perquè hi ha petits errors tècnics: que una cosa no està ben il·luminada, talls de veu que l’àudio no és correcte... A més, ara la gent té més cultura audiovisual, de manera que encara que no hagi estudiat periodisme mira la tele molt sovint i se’n pot adonar. Per tant, algú es pot adonar que estem treballant amb gent molt jove i que es poden cometre alguns errors, que són més tècnics que periodístics. Bé, a nivell de contingut en algun cas és obvi que també es poden produir, però que tu ho intentes minimitzar amb la feina d’editor, tot i que a vegades costa de fer-la per la gran quantitat de coses que acabes fent.

Els seus treballadors li han presentat en alguna ocasió amb algun dilema ètic o visions diferents de la seva?

Segurament, la falta d’experiència fa que em creguin molt. Quan fa 19 o 20 anys que et dediques a la professió, i portes més de deu anys fent política municipal, que és el que tractem més nosaltres, segurament és més fàcil dir: “Si han dit això i això, jo ho faria així i així”. Però en tot cas, podem parlar de tot. Jo sempre ho dic: ells han anat a la roda de premsa i jo no, per tant, els crec a ells. Després, a posteriori, potser veuré que ens hem equivocat, però jo sempre dic que a posteriori el cap no pot dir “ens hem equivocat”, perquè ho has d’encertar. I si t’has equivocat ho has d’assumir, però precisament per això

també estem aquí, per aprendre. Perquè al final, quan algú et posa a fer de cap, no vol dir que ho sàpigues fer tot, sinó que cada dia també aprens de les coses que et passen.

No han tingut cap conflicte, doncs, perquè els seus redactors veiessin les coses d'una manera i vostè d'una altra?

Jo crec que no. En aquests casos, el que passa és que ells van molt perduts amb algun tema, i et venen i et diuen: “és que han explicat això, això i això”, i tu els dius: “Jo ho faria així i aixà, agafa-ho per aquí i posa aquest tall”. I per tant, els dones com fet el guió. Però discrepàncies sobre temes ètics no n'hem tingut.

A l'hora de prendre decisions professionals, l'influeix el fet de tenir una família i unes necessitats econòmiques per cobrir a final de mes?

No penso en la feina en general, sinó en aquell informatiu en concret. I si hem de fer allò, ho hem de fer. Si hi ha una manifestació i hem de fer un directe, no penso en què passarà amb l'informatiu del vespre... serà una *putada* a nivell personal, sí, però ho hem de fer i punt. Si hem de fer un directe, busques les persones que poden anar-hi, intentant que no li toqui sempre a la mateixa gent. Normalment jo sempre hi soc.

Em referia a si té en compte el seu *modus vivendi* i la necessitat de mantenir una família a l'hora de prendre les seves decisions professionals.

Per mantenir la feina, no. Amb els anys de crisi, totes les empreses han passat moments en què en qualsevol dels que hi treballa podia perdre la feina en qualsevol moment, però la meua filosofia sempre ha estat pensar que “potser serem més pobres, però no menys feliços fent una altra feina”. I sempre m'he guiat per aquest criteri. I com que treballar crec que no em desagrada, si és fent aquesta feina, bé, i si és fent-ne una altra, també la farem i ja està. Buscarem la sortida. És obvi que, quan em van fer fora, en el primer moment em va preocupar. La preocupació em va durar deu dies, fins que vaig saber que podria tornar a treballar, perquè òbviament tothom ha de pagar factures, i això és així. Segurament, si veiés que tenim molts enfrontaments amb la direcció per la manera de fer les coses, potser sí que m'ho plantejaria; però com que no he tingut aquesta sensació, treballo tranquil en aquest sentit. Després ho podré fer millor o pitjor, però intento fer-ho tan bé com puc. Però això també és una qüestió molt meua.

Com valora la situació actual del periodisme? Quins creu que són els principals problemes amb què es troba en aquests moments?

L'intrusisme. A totes les professions hi ha intrusisme, però jo crec que és una paraula que s'ha d'entendre bé. Intrusisme és aquell que fa periodisme sense exercir-lo bé. I no estic parlant ni de títols ni de carreres: aquesta és una feina que sempre s'ha fet, i tu pots no tenir cap carrera i fer de periodista, però hi ha gent que creu que fa periodisme quan no en fa. Les xarxes socials han donat via lliure a aquesta gent, la gent que fa "pseudopublicacions", que a vegades l'únic que fa és copiar el que surt a altres mitjans o a agències. I això, dintre de tot encara seria lícit si respectessin les autories i els drets d'aquests mitjans, que són qui tenen l'exclusiva, o que han tret la informació. Però no ho fan. Això és un problema i, sobretot, una qüestió de formació, perquè molta gent no sap diferenciar una qüestió d'una altra. "M'ho han enviat per whatsapp", diuen. Sí, però... qui? La xarxa és, segurament, la via més ràpida per difondre coses, i jo he estat a llocs on estaven passant coses que s'estaven dient a la xarxa i que jo no sabia malgrat que estava al lloc. Segurament era per culpa meva, perquè no estava fent prou bé la meva feina o perquè estava amb altres coses que no eren les que tocaven. Per tant, ja té coses positives, però de la mateixa manera que és un problema, també s'ha de veure com a virtut. Jo crec en aquests discursos que fan els grans tòtems del periodisme, que diuen que el periodista és més necessari que mai i que cal una persona que sàpiga desgranar el gra de la palla. El que passa és que també costa. És el que dèiem que vol la gent: hi ha portals, que fins i tot són punters en política nacional, que són els primers que s'afegeixen a històries com "de quin color és aquest vestit?" o "els likes que ha superat una certa cantant americana a Instagram". Ells són els primers que s'afegeixen a tot això, perquè volen tenir visites, per poder vendre que "tenim tants centenars de milers de visites". Al final, però, és una empresa, i en part ho entenc.

A la seva cadena televisió els afecta, la tendència de clics i xarxes socials?

Sí; en part, sí. Hi ha molta gent del teu voltant que et diu: "És que jo no miro la tele". Per tant, sí que ens afecta. La gent s'entreté amb les xarxes socials i ja no mira la televisió, té plataformes digitals i no mira sèries concretes: quan té 45 minuts de temps lliure, no va a la programació convencional d'una televisió. Per tant, afectar-nos, segur que ens afecta. Nosaltres tenim un web a la carta, i de mica en mica potenciem les xarxes socials. Intentem també entrar una mica en aquest joc, perquè la gent ens identifiqui com una

marca de garantia, que digui: “No m’ho han enviat per whatsapp, sinó que ho ha dit aquesta televisió”. I ens podem equivocar, però és com l’anunci aquell de fa uns anys que deia “Les vaques volen; ho ha dit *La Vanguardia*”, salvant les distàncies, és clar. Però hi ha hagut casos en què les coses se’ls han escapat de les mans. *El País*, que era un referent europeu del periodisme, mira la deriva que ha agafat en el procés català, per les decisions de la direcció i les pressions del poder administratiu central de l’Estat, que l’han convertit en una mena de pamflet que abans era inimaginable. Això ho trobo molt trist. I l’*ABC* també fa el joc, i l’*Ara* i *El Punt Avui* tenen el seu públic... cadascú juga dins la seva categoria. Però que un diari que era respectat a nivell europeu hagi arribat a fer informacions com aquestes, això sí que entristeix. Abans, tu podies anar a París, a Roma, i sabies que si volies podies comprar el País perquè era un diari respectat, i en canvi ara penses: “Tampoc cal que hi sigui, perquè no serà la meva font d’informació”. Això és trist. I així va la venda de diaris des de fa molts anys: a la crisi del sector se li ha sumat la crisi econòmica, i aquest còctel no fa esperar grans notícies, ni ara ni en els pròxims anys.

Com valora el grau d’ètica que tenen actualment els mitjans a Catalunya?

Jo crec que hi ha dos sectors molt diferenciats. Hi ha un sector molt clar en què l’ètica rondaria l’excel·lent: bé, d’errors en cometem tots i a l’excel·lència no hi arribarà ningú, però un exemple és TV3. Malgrat les mil acusacions que ha rebut per part de grups constitucionalistes, els informes de qualsevol òrgan de control demostren que és la cadena més plural. Per tant, hi ha mitjans que fan la seva feina i molta gent que a nivell d’ètica ni tan sols es planteja res, perquè senzillament és periodista. No es tracta que exerceixis l’ètica o no, sinó que tu ets així. Hi ha un sector per a qui l’ètica és inqüestionable, i en canvi hi ha tot un altre sector on el més qüestionable és, precisament, l’ètica. Els és igual la realitat, només volen vendre el que volen vendre. És allò que ens deien a tots a la carrera: “Que la realitat no et faci perdre un bon titular”. Doncs n’hi ha molts que prefereixen un bon titular a explicar la realitat.

Com avalua, a nivell general, les condicions laborals de la professió periodística?

Complicades. Joestic bé, però en períodes anteriors he patit retallades sovintejades. He arribat a perdre un vint i escaig per cent del meu sou. I això sí que et fa plantejar moltes coses. Pensava: “Perdré la feina? Bé, si perdo la feina és igual, perquè ja no hi perdré massa més diners”. Simplement, pensava que perdria una feina que m’agradava fer, però ja no seria una qüestió monetària si després trobava una altra feina.

Quin paper creu que han de jugar col·legis, sindicats i associacions de periodistes a l'hora de defensar la professió i les seves condicions laborals?

És molt complicat. Jo crec que és una feina que està bé que facin, però al final, una empresa privada és una empresa privada. També caldria analitzar alguns sous de mitjans públics, a veure si és necessari que hi hagi tanta gent cobrant tants bons sous. Segurament n'hi ha que cobren poc per la feina que fan, però estic segur que n'hi ha molts que estan cobrant molt més del que els pertocaria per la feina que estan fent. Jo crec que s'ha de lluitar perquè les condicions siguin les mínimes perquè la gent pugui desenvolupar la seva carrera i desenvolupar-se a nivell vital, això és clau; però a partir d'aquí és veritat que a les empreses privades és difícil. I només faltava que les empreses privades haguessin de pagar la seguretat social dels becaris. Jo, si fos per això, potser no seria periodista. Potser no hauria tingut aquesta carrera professional, perquè no m'haguessin volgut agafar a l'empresa per fer pràctiques. Són qüestions a analitzar. Quan ho vaig sentir, vaig pensar: "Home, la majoria dels que tenim a la nostra empresa, han fet pràctiques amb nosaltres. Si els dius si preferien no tenir seguretat social i en canvi poder fer les pràctiques, treballar gratuïtament però tenir després una sortida laboral, molt què dirien?" Jo ho tindria molt clar. Jo vaig estar tres mesos al diari perquè vaig voler. Que a més això em va obrir una porta laboral? Jo estic encantat, però no era el meu objectiu. Jo només vaig pensar: "Hem d'intentar-ho i hem d'aprendre". Per això, el tema de la seguretat social no em sembla que sigui la millor solució.

Fa uns anys, entrar a treballar en un mitjà a través de pràctiques era molt més factible del que ho és ara. Ara, molts mitjans es nodreixen d'estudiants en pràctiques, que en alguns casos ja han acabat la carrera, abans que agafar-los com a redactors.

Nosaltres, a l'estiu, ens en sortim, segurament, gràcies als becaris. Això és així. Però és una feina que tu valores, i alguns acaben podent tornar. De la plantilla que tenim ara, tenim personal que ha estat becari, que va ser contractat per cobrir els caps de setmana durant un mes i que després ha pogut entrar en plantilla per canvis estructurals de gent que marxava. També, a nivell econòmic, hi ha més canvis perquè la gent té més possibilitat de canviar de feina. Una altra cosa és si els sortirà bé o no, i si les condicions econòmiques són les bones o no. Però això també permet que hi hagi més dinamisme en el mercat laboral.

Veú útil l'existència d'elements com els llibres d'estil, codis deontològics, etc. per garantir l'ètica periodística?

Jo crec que hi han de ser. Però també haig de dir que, durant els 13 anys que vaig treballar al diari, no va existir cap llibre d'estil. Hi havia personal específic que s'havia de dedicar a fer-lo, però tot i això encara no existeix. Jo crec que a nivell ètic està bé que hi hagi uns canons: no sé si cal un llibre d'estil, però sí tenir uns criteris marcats. Això sí que és necessari i, a partir d'aquí, que cadascú faci amb el seu bon saber fer. Perquè al final, malgrat els codis ètics, qui en aquell moment està allà i pren la decisió és el periodista. Recordo ara un cas del primer estiu que estava treballant. Hi havia hagut un accident mortal i em va tocar anar-hi. Tenia la possibilitat d'anar fins a un lloc que es veïés la víctima, ja que un bomber o un policia em van dir: "Mira, si vols, pots anar allà". Però és obvi que no vaig anar-hi. Per tant, al final, l'ètica l'exerceix cadascú des del seu punt de vista. Però tot i això està bé que hi hagi algun manual, sobretot en alguns camps. Marcar, per exemple, si els menors han de poder sortir o no... hi ha qüestions que són tan òbvies que està bé que estiguin marcades en un text, perquè si mai algú se les salta doncs l'has de poder sancionar, obrir-li un expedient o el que calgui. Però a partir d'aquí, crec que cadascú ha de poder exercir segons el seu criteri.

Creu que aquestes directrius ètiques les han d'assumir també les empreses, a banda dels treballadors?

Jo crec que és en casos extrems, que calen aquests criteris ètics. Per exemple, no es poden traspasar determinades línies. Però hi haurà casos en què algú hi veurà una falta d'ètica periodística quan, al final, potser el que hi ha al darrere és falta de temps. Al final, el rigor ètic que se'ns demana requereix temps; i si analitzem les feines periodístiques que fem en l'actualitat, temps és el que menys tenim. Per tant, intentes creure't fonts que et donen prou credibilitat sense tenir la garantia que allò sigui verídica, versemblant o veritat al 100%. Però tu li dones credibilitat segons el teu criteri, i al final penses: "Si aquí ens l'han colat, que l'altra part faci de contrapès". Has d'intentar compensar un error que ja no crec que sigui ètic, sinó de dir "aquí ens han colat un gol". Perquè, al final, també m'he trobat molta gent que ens intenta colar gols.

Menys temps, més feina, més periodistes multimèdia... creu que amb unes millors condicions laborals es faria una informació de més qualitat?

No crec que s'aconseguís amb millors condicions laborals, sinó amb més gent. A la majoria de mitjans, sobretot privats, fa falta més gent, però hi ha unes factures i un personal a pagar. A vegades, tu potser pots pagar cinc persones però no en pots pagar deu, i per la feina que fas te'n caldrien vuit. Per tant, més que els sous, cal que hi hagi més persones. Segurament, si no faig la meva feina com a cap d'informatius és perquè edito, locuto, entrevisto, produeixo entrevistes, produeixo temes, faig previsions... si tingués algú que fes això, jo segurament em podria dedicar a l'edició d'aquell informatiu i a dir: "Aquesta entradeta fora, aquí ens hem equivocat i ho farem diferent...". Al final, tot això potser no ho pots fer, però jo crec que és més per una qüestió de gent que per condicions laborals. Que si cobres 1.200 o 1.400 euros, això et farà fer la feina més bé o més malament? Jo crec que no. En canvi, que et puguis dedicar només a fer una secció perquè hi ha més gent que en fa d'altres, això segurament sí.

C.3 Transcripció entrevista “Jordi”

Com va fer ser els seus primers passos en el món del periodisme?

Jo vaig estudiar Periodisme a la Universitat Autònoma i ja quan estava fent la carrera vaig començar a fer col·laboracions en un setmanari.

Eren remunerades?

No, no ho eren. Com que sempre m'ha agradat la literatura i era un setmanari, recomanava un dia a la setmana. Jo em comprava el llibre i el comentava.

Per què ho feia? Perquè li agradava, per agafar experiència, fer contactes...?

Una mica tot. Veus que tothom ho fa, que és la manera d'obrir-se i anar coneixent gent. Igualment hauria de ser pagat, però ho acceptes. Ho proposes i ho fas.

La iniciativa va sortir de vostè mateix?

Sí. Vaig anar a veure el director del setmanari i li vaig explicar la idea; ell em va dir que li agradava i ho va acceptar. Ho vaig fer durant un estiu, diria que era l'últim abans d'acabar la carrera. Després ja vaig fer les pràctiques obligatòries del grau en una emissora de ràdio d'abast nacional, a la secció d'esports.

A la ràdio, va tenir opcions de quedar-s'hi a treballar després del període de pràctiques?

Explícitament no t'ho diuen, però jo crec que és impossible. Bé, segur que hi ha algú que es queda, però és molt difícil. No sé si has de caure bé a algú, o ho has de fer molt bé... però jo no conec a ningú que s'hi hagi quedat. També penso que, vist en perspectiva, quan vas a un lloc gran, ja saps que allà no t'hi quedaràs. En canvi, en un lloc petit potser sí que tens opcions. Per tant, anant en una emissora gran jo ja sabia que després era molt difícil poder-m'hi quedar.

Què va fer, doncs, un cop acabada la carrera?

Just quan vaig acabar la carrera em van agafar en un diari local per dos mesos, cobrant un “sou especial”. En realitat era un sou d'estudiant en pràctiques, tot i que no eren

pràctiques com a tals perquè estàvem allà en horari complet. Hi vaig treballar durant els dos mesos d'estiu, fins a principis de setembre, i llavors me'n vaig anar un temps fora, a l'estranger. Quan vaig tornar vaig començar a treballar a una agència de comunicació, i quan hi portava uns sis mesos em vaig assabentar que hi havia una plaça d'Esports en un mitjà digital per reforçar els caps de setmana, quan hi havia partit, entre setmana algun dia... com a màxim, dos o tres dies per setmana. Hi vaig anar, em van fer una entrevista i em van agafar. I al cap de dues o tres setmanes, va marxar un dels dos nois que hi havia de forma habitual a la secció d'Esports i em vaig quedar el seu lloc. Ara estic allà a temps complet.

En perspectiva: com van ser els seus primers salaris?

A la ràdio eren pràctiques de la carrera i no ens pagaven res. Al diari no em vull equivocar i potser t'enganyo, però eren uns 500 euros per jornada completa.

Feia la mateixa feina que un redactor normal?

Bé, jo estava a la secció de Cultura i la meva feina era més secundària de la que feien els redactors, però tenia companyes a altres seccions que feien la mateixa feina i tenien la mateixa responsabilitat que un redactor normal.

Després de dos mesos al diari, va marxar per ganes o perquè no hi havia possibilitat de quedar-se?

Abans de marxar em van oferir feina al setmanari on havia fet col·laboracions, però era a mitja jornada. Tot i això, no ho vaig rebutjar perquè fossin males condicions, encara que segurament haguessin estat dolentes perquè era mitja jornada. De fet, no vaig arribar a saber ni què cobraria, perquè ja havia pres la decisió personal de passar un temps fora.

Per tant, va marxar per motius personals, no professionals.

Sí, perquè tenia ganes de fer-ho abans de començar a treballar de veritat. Però igualment, la feina al setmanari era a mitja jornada, o sigui que segurament no n'hagués pogut viure. Bé, potser sí que n'hagués pogut viure perquè estava a casa dels meus pares; però si hagués estat vivint en un altre lloc no m'hauria donat per mantenir-me.

Per tant, quan va marxar no tenia cap bona oferta laboral sobre la taula.

Exacte. Era mitja jornada. Potser al final, a la llarga, hauria pogut entrar "de veritat" al

setmanari, però de moment m'oferien només una mitja jornada.

Llavors va marxar a l'estranger uns mesos.

Vaig anar-hi de l'octubre fins al març.

I per què va decidir tornar?

Tenia una amiga que estava treballant en una agència de comunicació, i la directora li va dir que necessitava algú per portar temes d'esports. Jo estava a l'estranger i estava molt bé, però estava treballant de cambrer, i ja que et surt una oportunitat així, que és molt difícil d'aconseguir... Vaig pensar que ho havia d'aprofitar. I no me'n penedeixo, perquè al final m'ha obert altres portes, com la digital on estic ara. Per exemple, treballant a l'agència vaig conèixer el que ara és el meu company de feina. Per tant, et vas obrint portes. Estava a l'estranger i vaig pensar: "Estaràs aquí servint *sushi* quan podries estar fent una cosa de *lo teu*". I malgrat que jo volia tornar a l'estiu, vaig avançar el retorn uns mesos.

Va tornar a Catalunya, doncs, per treballar en una agència de comunicació. En què consistia la seva feina?

Bàsicament, cadascú tenia els seus clients. Per exemple, un dels meus era una empresa que feia te, i quan treia una nova línia jo feia la nota de premsa, l'enviava i havia de vendre el tema als mitjans, organitzar la roda de premsa i trucar els periodistes. Era també fer una mica de relacions públiques, malgrat que això ho feia més la directora de l'agència. Però havíem de trucar els periodistes, demanar que ens guardessin un espai, que vinguessin a la roda de premsa... també fèiem alguna cosa de xarxes socials, però era més aviat un tema de relacions públiques.

Com eren les condicions laborals?

A nivell d'horaris i diners, segurament eren millors que un mitjà de comunicació tradicional. Allà cobrava 1.100 euros i treballava de dilluns a divendres de nou del matí fins a dos quarts de set o les set de la tarda.

Comparat amb el que havia tingut en mitjans tradicionals, doncs, suposava una millora?

Sí. Però amb el tema dels horaris, jo ho entenc: no sé si en periodisme es podria fer millor,

però al final els horaris són els que són perquè les coses passen quan passen. En canvi, al gabinet de comunicació, quan redactava una nota de premsa, ja sabia que tampoc l'enviaria a les set de la tarda. Per tant, allà tenia un horari més d'oficina, i per això en aquest sentit era millor. Però hi havia molts altres aspectes en què no.

En general, els periodistes que treballen en gabinets de comunicació solen estar més satisfets amb les seves condicions de treball i el seu salari que no pas els que treballen en mitjans.

Clar, i jo ho entenc. Al final, per molt que t'agradi el periodisme, la gent també vol tenir una vida normal. Però en el meu cas, entre l'experiència que tinc d'estar fent notes de premsa sobre te o d'estar treballant com a periodista encara que sigui dissabtes i diumenges fent esports, em quedaria sempre amb la segona opció i no la canviaria mai de la vida. Prefereixo estar treballant dissabte i diumenge fent esports que no pas estar redactant notes de premsa.

Per tant, en el seu cas és molt vocacional.

Suposo. És clar, també entenc que si ja ets més gran i tens fills és una putada i t'has d'adaptar, però en el meu cas, ara mateix no em fa res treballar caps de setmana.

Perquè li agrada.

Sí, sí.

Tornant a la comunicació corporativa: quan treballava a l'agència, li sorgien dubtes o dilemes ètics en el seu dia a dia?

Bé... és que en aquell cas, gairebé ho veia com publicitat. No és que estigués enganyant, però és com vendre un producte. Per tant, jo no ho veia com enganyar la gent, sinó que entenia que la meva feina era allò. Així doncs, no tenia gaires dubtes.

En cas que vostè i la seva cap veiessin les coses de diferent manera, es podia parlar, hi havia opció que es tingués en compte el seu punt de vista...?

A veure, tampoc crec que la meva fos una mostra representativa de com deuen ser totes les caps... però no, en el seu cas, ella veu les coses d'una manera molt concreta. Jo tampoc em callava res, li deia com pensava que s'havien de fer les coses, però al final s'acabava fent bastant el que ella volia. Això sí, també és veritat que és com és però de *lo* seu en

sap, perquè al final el negoci li va bé. Sí que volia les coses d'una forma molt concreta, i al final t'adaptaves al que volia, però el cert és que les coses funcionaven: fèiem un tema i sortia a tot arreu.

Per què va decidir, doncs, deixar la feina al gabinet de comunicació?

Bé, al principi tot anava bé, però al final vas veient coses que no t'agraden a nivell personal, i quan només portava sis mesos ja estava bastant cremat. I la meua companya de feina ja ni et dic! [riu]. Per això, quan vaig trobar la feina al diari digital, encara que només fossin tres dies a la setmana, vaig pensar que qualsevol cosa m'anava bé. Ho vaig dir a la meua cap amb quinze dies d'antelació i s'ho va perdre mitjanament bé, però la meua companya de feina va dir: "Jo no em quedo aquí sola", i va plegar ella també sense tenir res més. És que treballar en aquella agència és molt *heavy*. La cap es va tornar bastant boja.

Hi ha alguna cosa que l'impulsés de forma definitiva?

Per una banda, a nivell personal ja estava fart de la meua cap. I per l'altra, perquè tenia clar que quan em sortís alguna cosa de periodisme de veritat, periodisme com a tal, marxaria. Llavors, a la que va sortir aquesta feina de tres dies a la setmana en un diari digital, vaig pensar: "Com que ara tampoc necessito molta pasta, amb sobreviure em val, hi vaig i a veure si tinc sort i m'agafen". Vaig anar-hi i vaig tenir la sort que em van agafar.

Va començar treballant tres dies a la setmana. Estava com a col·laborador, com a autònom, amb contracte...?

Tenia un contracte a temps parcial, crec que era de 20 hores. Hi anava els dos dies del cap de setmana i llavors, si el Barça jugava la Copa del Rei o la Champions entre setmana, també hi anava unes hores, des de les sis de la tarda fins que s'acabava el partit.

I com va passar d'un contracte a temps parcial a un contracte a temps complet?

A la secció d'Esports només hi ha dues persones que s'encarreguen de tot. El digital llavors tenia dos anys i mig de vida, i un dels dos nois que feia Esports, que hi era des del principi, va marxar. Jo vaig estar al voltant d'un mes, des de principis de setembre fins a principis d'octubre, treballant com a reforç de cap de setmana, però llavors aquell noi va plegar i el cap em va dir: "Mira, si vols t'ho pots quedar tu".

I ara està contractat a temps complet?

Sí, ara estic treballant com un redactor normal. Treballo de dimecres a diumenge, perquè els d'Esports treballem durant els caps de setmana, de manera que la festa la faig dilluns i dimarts.

Està satisfet amb les seves condicions laborals? Creu que es corresponen a la seva experiència i formació?

Bé, no sé si queda molt bé que ho digui, però jo crec que cobro poc, perquè treballo moltes hores i tinc molta responsabilitat. No és que vulgui anar de res, però és veritat: la secció d'Esports depèn de dues persones, i quan l'altre noi té festa, tot el que pugui passar em toca a mi. A les altres seccions no passa el mateix, perquè tenen taula i si passa qualsevol cosa hi ha sempre algú de guàrdia, però a Esports, si passa alguna cosa, com a molt et poden escriure dues línies i tu has d'ampliar-ho. Llavors, el dijous i el divendres, que és quan fa festa el meu company, ho he de fer tot. Si no hi ha partit, vaig a treballar de deu al matí a set de la tarda i m'ho munto tot jo, faig el que vull. Però si a les nou del vespre surt alguna cosa que s'ha de fer sí o sí i estic a casa, ho he de fer des del portàtil. Sempre he de dur el portàtil a sobre per si passa alguna cosa, i clar, això, vulguis o no, condiciona... No passa molt, però sí que passa.

I aquestes hores extra no són remunerades.

No, no. Això ningú t'ho paga ni res. Jo cobro mil euros, i si em diguessis que estic de becari, d'acord, però és que tinc responsabilitat com qualsevol altre. O més, perquè els de política estan fora ningú els molesta. En canvi, jo, si és dijous o divendres i estic sol, haig d'estar pendent de tot. Bé, i la resta de dies també, perquè si passa alguna cosa, t'avisen al mòbil i has d'estar pendent. A mi no em suposa un gran sacrifici fer una peça dient que un equip ha estat denunciat per fer una alineació indeguda, perquè és un comunicat i potser són quinze minuts com a molt, però es tracta d'estar sempre pendent i d'anar amunt i avall amb el portàtil, creuant els dits perquè no passi res.

El preocupa més el fet de cobrar poc o aquest allargament d'horaris?

Cobrar poc... bé, de fet, no sé si és poc perquè conec gent que està pitjor. Jo sempre dic el mateix: no cobro molt però és clar, tinc els meus pares a darrere i visc en un pis compartit. Si tingués un pis del qual haver de pagar hipoteca, fills... suposo que llavors

sí que és poc. Però la meva companya de pis treballa en una agència de publicitat i fa més hores que jo, moltíssimes, i està amb un contracte mig de pràctiques. Cobra la meitat que jo, i hi ha dies que arriba a casa a les vuit del vespre i encara ha de fer més feina. I sí que potser l'acabaran agafant, però penses: "Realment, s'estan aprofitant d'ella". Per això, jo tampoc em puc queixar. Només em queixo que, si assumeixes responsabilitats, t'ho haurien de valorar, i si passa alguna cosa... hi ha nits que me les he hagut de passar senceres pendent d'una notícia, i l'endemà he hagut d'anar a treballar a les nou igualment.

Està cansat d'aquests horaris?

Bé, la veritat també és que els d'Esports anem una mica a part. Per exemple, els de Política no poden marxar mai a les sis de la tarda i jo sí. Si no hi soc, ningú em trobarà a faltar, i si hi soc, ningú em dirà: "Ei, què fas aquí, que estàs fent més hores?". Per tant, si un dia vull marxar abans perquè la nit anterior m'he quedat fins tard a treballar ningú em dirà res, suposo. Però no ho faig gaire perquè no soc així.

En el seu dia a dia, li sorgeixen dilemes ètics de caràcter professional?

A la meva secció, no gaires. Ara bé, a Política o altres seccions... el mitjà on treballo és molt hiperventilat, perquè al final, suposo que el finançament ve d'on ve. I no és que als de Política els diguin: "S'ha de fer això", sinó que ja saps el que hi ha, i si has de fer una peça d'un tuit que ha fet no sé qui, doncs suposo que l'has de fer. Però a Esports és diferent, i a mi ningú mai m'ha dit "això no ho pots posar o això diga-ho d'una altra manera". Ara bé, no soc *tonto*, i si un jugador fa un tuit "de visca Catalunya", fas quatre línies i no quedes malament. Però és clar, nosaltres fem Esports i anem una mica a part.

Considera que els treballadors tenen interioritzada, doncs, la línia editorial del mitjà?

Saps el que hi ha, és clar. És el que em van dir el meu company, que té 26 anys, a l'entrevista: "Tu aquí tens màniga ampla per fer el que vulguis". Per tant, si ara el Barça vol fitxar un *tio* i vull fer una anàlisi de com juga, encara que sigui tot mentida, ningú em dirà res; però és clar, si després en Piqué o en Xavi Hernández diuen alguna cosa dels presos polítics, millor posar-ho, perquè és el que et permetrà fer la resta. És com un xantatge. Jo no ho faria, però va així.

Com se sent, davant d'això?

No m'arribo a sentir malament o a dir: "Quina merda". A veure, si fas una notícia de Xavi Hernández sobre Catalunya, no és que diguis: "Però què fan, aquests?". En canvi, fer una notícia d'un tuit de certes persones, que hi ha gent que els ha de fer, em tocaria els collons. Per tant, sé que es fa però a mi això no em passa perquè treballo a Esports, bàsicament.

Rep moltes pressions externes (de clubs esportius, caps de premsa, etc.), a l'hora de fer la seva feina?

No. Per ara no, sé que passa. El Barça, potser perquè és un gegant, deu tenir un *clipping* de tot el que arriba que deuen estar revisant-ho 24 hores al dia. Però a mi no m'han dit mai res. El màxim que pot arribar a passar és que publicuis alguna cosa que no els agrada o que preguntis alguna cosa amb mala llet i que a la següent roda de premsa no et donin torn de paraula. Això sé que passa, però jo no m'hi he trobat, encara.

Treballa en un mitjà digital. Segons l'enquesta realitzada, entre els treballadors de mitjans digitals hi ha una gran preocupació pels titulars i per la necessitat d'aconseguir clics.

Sí, això és veritat. Això sí.

Com funciona, a l'hora de fer titulars?

Jo puc titular el que vulgui, ningú em diu: "Ei, que poques visites que té això" o "aquest tema n'està tenint moltes". Ningú em reclamarà tenir més clics, el que passa és que tu saps que, si poses una cosa o una altra, en tindràs 800 o 10. Literalment, és així. Llavors, jo intento no fer-ho gaire, però a vegades sí que... normalment, si haig de fer una peça d'aquestes, tipus en Xavi Hernández parlant de Catalunya, poso un titular de "clic-bait" i com si no anés amb mi. En canvi, si haig de fer una cosa que he fet jo, signada, que m'he *currat*, ho poso com em dona la gana i ho faig bé. A les cròniques, reportatges, entrevistes i temes així treballats hi poso el que em dona la gana. En canvi, si haig de fer una cosa d'aquestes... bé, haig de fer... també la faig perquè vull, però... jo què sé...

Creu que l'ha de fer, en el context del seu mitjà?

Sí. Que tampoc ningú em diria "per què no ho has fet?", però és com per justificar tota la resta. I si faig un tema, per exemple, d'un jugador de l'NBA ha fet un tuit en català, ja que hi soc i se me'n fot la peça en sí, ja li foto *pel tros* i titulo "un exjugador del Barça", sense dir ni tan sols que és de bàsquet, perquè quedi més atractiu. Tot i que jo potser

tampoc soc la mostra més vàlida, perquè estic a Esports i va molt diferent. Estic segur que si parlessis amb algú que està a taula, segur que es troben molt més amb titulars d'aquest tipus. Hi ha seccions que en fan moltíssims, i els redactors que ho porten són uns imbècils... no te'n pots esperar res... i aquests sí, viuen del "clic-bait". I això sí que em toca els collons, que tu et *curres* molt una cosa i després venen aquests i són els que tenen més clics del diari. La gent també hauria de fer una mica d'autocrítica amb el que llegeix. Per exemple, ara el Barça vol fer dos fitxatges. Jo m'ho vaig *currar* veient vídeos i vaig fer una anàlisi sobre com juguen. I allò va tenir 40 clics. I una notícia de Xavi Hernández, presos polítics i llaços grocs, en pot tenir 5.000. És una passada, el contrast. I això és el que fan algunes seccions del meu mitjà. Escriure: "Tal persona fa no sé què (i la xarxa explota)", i allò té 3.000 clics en deu minuts. Jo no hi estic d'acord, perquè et treu prestigi: a tu no directament, però al diari on treballes sí. Però bé, suposo que si ho fan és perquè tothom ho fa, ara.

Vostè intenta trobar, doncs, un equilibri entre la qualitat i el nombre de visites?

Al final, perquè puguem sobreviure, i perquè jo pugui fer una anàlisi sobre els nous fitxatges, suposo que haig de fer una peça de Xavi Hernández i els presos polítics de tant en tant i ells han de fer això. Perquè al final, és el que clica la gent. Tant de bo no fos així, però.

Diu que a Esports només hi treballen dues persones. Per tal de cobrir-ho tot, la còpia de notes de premsa, agències o altres mitjans està a l'ordre del dia?

No. Jo no ho he fet mai. D'agències, per exemple, no agafo quasi res. Bé, potser algun partit de tennis, que no me'ls miro perquè no hi entenc gaire. Però sempre intento treballar-m'ho, perquè tinc temps i m'ho gestiono com vull... intento no copiar la nota de premsa literalment, sinó fer-la una mica meva. Sí que a política agafen més coses d'agència, però no fan mai copiar-enganxar. Altres mitjans digitals sí que copien literalment d'agències, però en canvi, nosaltres, no. Això també passa perquè el meu mitjà viu molt de la política i per això es treballa molt aquest tema. Almenys, a mi no em consta que a la secció de Política facin copiar-enganxar. Una altra cosa és que, per exemple, un altre mitjà tregui que el Barça vol fitxar algú. Llavors tu també ho treus, però els cites i fas la teva peça, mai copiant i enganxant.

I el "branded content"? Acostumen a publicar com a informacions continguts que

en realitat són patrocinats?

No, hi ha un departament de publicitat i ja ho fan ells. Nosaltres sortim com en blocs, com si fóssim un “Tetris” de notícies. Tu pots tenir una notícia d’aquestes patrocinades al teu bloc, però ja posa que és patrocinada.

La seva manera de treballar és diferent ara, que té un contracte a jornada completa, que quan estava treballant només durant tres dies?

Bé, és clar. En aquell moment, que estava com començant, m’ho *currava* molt i estava com disposat a fer totes les hores que calguessin. Ara, si acabo a les set, me’n vaig a les set. Com que sé que no m’ho pagarà ningú, i que potser quan arribi a casa hauré d’agafar el portàtil, me’n vaig. Quan comences estàs disposat a qualsevol cosa, que de fet també és el problema. És una putada, perquè tothom està disposat a començar amb condicions molt de merda, i clar, si tu et fas el digne i no les agafes, les agafarà algú altre i tu no tindràs feina. Per tant, no sé què s’ha de fer, la veritat. Perquè si tothom es plantés i digués “jo per això no treballo”... però clar, també hi ha gent que ho necessita de veritat.

Treballa en un mitjà digital, que els obliga a ser ràpids. Això els permet contrastar o a vegades les presses els obliguen a publicar coses que no tenen el 100% segures?

Hi ha altres mitjans que, si surt alguna cosa, potser no ho publiquen al moment, perquè potser ho estan contrastant o perquè també ho han de treballar en paper, però triguen més. En canvi, nosaltres, quan passa això, hem de posar “última hora”, tirar dues línies i anunciar que després seguirà ampliació. Suposo que és pels clics, però sí, haig d’anar molt ràpid. No pots no haver-ho tirat.

En alguna ocasió la rapidesa ha fet que publicuessin alguna informació que no ha acabat essent certa?

No. Sempre m’hi he trobat en casos clars, com una alineació o un sorteig de Copa. Si em trobés en un cas que no sé segur si la informació és certa, no sé què faria. Però de fet, en el món de l’esport, tot és molt sí o no: aquell equip ha guanyat o no, l’han fixat oficialment o no... El que no farem mai és dir “fitxaran aquest” si no l’han fitxat. Però és que el dia que el fitxin, ja hi haurà un comunicat oficial. No m’he trobat mai de no saber-ho segur. I si no ho sabés segur, no ho publicaria.

Al llarg de la seva carrera professional, des que va començar com a estudiant en

pràctiques, ha hagut de fer alguna cosa que anés en contra de la seva ètica professional per tal de no perdre la feina?

No. Així de cara o creu, no. Sí que hi ha coses que potser jo no faria, com ara els llaços de Xavi Hernández, però una cosa que diguis: “Ostres, no vull fer-ho de cap de les maneres”, o que pensis: “Ho he de fer o em foten fora”... vaja, jo crec que no m’hi he trobat mai.

Considera que amb unes millors condicions laborals –més diners, millors horaris...- treballaria millor?

Això suposo que depèn de la persona. De l’horari no em queixo, perquè no és dolent. Treballo els caps de setmana perquè és quan hi ha el futbol, i no em molesta. Com que porto molt poc temps, no estic cremat en el sentit de dir “no em paguen bé” o “a la merda, no ho faig”. Ho faré igualment, per la manera com soc. Però si et reconeguessin la responsabilitat o el sacrifici, segurament treballaries millor. O si fessin les coses ben fetes: per exemple, on treballava a l’estranger, si feies una hora de més, t’ho tenien en compte i l’endemà entraves una hora després. Aquí, en canvi, no fas ni una hora de més pagada. D’acord que no és el mateix el periodisme que la restauració, però és que allà ho portaven controladíssim. I jo faig una jornada de vuit hores, però si hi ha dies que el Barça juga tard i l’entrenador s’allarga, hi ha dies que surto molt més tard. I a mi ningú em diu res d’aquesta hora que he fet de més. Perquè a mi, al final, també m’agrada i no em fa res quedar-me una hora més, tot i que soc conscient que l’endemà m’he d’aixecar a les vuit. Però si jo passés una targeta que registrés l’hora de més i me la paguessin, o l’endemà pogués entrar més tard a treballar, segurament treballaria més content. Perquè penses: no és just, no passa el mateix en altres feines. En una farmacèutica, en una oficina... és molt fàcil controlar les hores extra i te les paguen. Així és com va en països seriosos i que funcionen de veritat. Nosaltres ja hi estem acostumats, però no és normal que fem més hores i no ens compensin de cap manera.

Creu que les empreses confien en aquest component vocacional, que a molts periodistes els agrada molt la feina i no el fa res treballar més sense res a canvi?

Bé, tu ja saps que si passa alguna cosa tard i tenies plans doncs t’hauràs de quedar i no aniràs a casa. Tampoc se m’acudiria fotre el camp de la redacció, però és clar, s’aprofiten d’això. Jo, si no hagués d’anar a cobrir un partit de futbol, segurament em pagaria

l'entrada i el veuria igual. Però per molt que no hagi de pagar perquè estic treballant, vaig allà a fer feina i hauré d'escriure. I sembla que no sigui així, que com que vas a veure el futbol, ja t'ho has de passar bé. I no, jo preferiria estar mirant-m'ho amb una cervesa. Preferiria pagar per veure el partit tranquil i sense haver de pensar en la crònica. O l'autopista, que me la paguen però podria ser perfectament que no me la paguessin. I això ja és una cosa meva, però d'ençà que treballo i haig de fer la crònica, la contracrònica, els directes...veig el futbol diferent. Abans, quan estava a casa meva, era com un *hooligan* amb una cervesa. I ara, gairebé no el veig, el futbol. Per mi perd gràcia: abans volia que sí, que marquessin molts gols, però ara, si és l'últim minut, ja penso: "Que no marquin, que no marquin, que em tocarà treballar més".

Quins creu que són els principals problemes amb què es troba actualment la professió periodística?

El primer, i més gran, és que les empreses s'aprofiten que els periodistes tenen vocació. Als diaris hi ha gent que està a dalt de tot i que treballa molt poc, i en canvi els que són a baix, que són els que tiren endavant al diari, treballen molt. I potser sí que n'hi ha que estan ben pagats, a taula o així, i que els agrada la seva feina, però han de fer moltes més hores. Això també és precarietat, suposo: fas més hores de les que et reconeixen. Segur que hi ha gent que cobra bé o normal, però per cobrar normal ha de fer coses que una persona que treballi, per exemple, en una farmàcia, no ha de fer. Hores extres que no li pagaran, que no li tornaran amb hores lliures... potser sí que aquella persona té un bon sou, però fa un piló d'hores. Jo hi ha dies que surto molt tard i l'endemà entro molt aviat i penso: "Estic aquí dins tot el dia", i això aquí ningú t'ho reconeix. I no crec que sigui només al meu mitjà, sinó que crec que passa a tot arreu. No et reconeixen que estàs tirant del diari.

N'hi ha d'altres?

Jo no m'hi trobo, però en un mitjà de la competència, per exemple, el noi que tenen d'esports repica, literalment, tot el que fem nosaltres. I penses que home, no és això: l'ètica periodística, buscar els teus temes, fer les teves coses... on queda? Potser la gent del carrer no se n'adona, però com a periodista dius: *joder, tio*, no estàs fent periodisme! I jo també ho entenc, que si entres a treballar en un lloc no faràs el teu gran tema, sinó que faràs el que et diguin, però hi ha mitjans, i no em poso amb els redactors sinó amb la línia dels mitjans, perquè al final el redactor és un *mandao*, que han de fer coses que no

són periodisme: clic-baits súper xungos, o peces periodístiques que no són tals. Coses de xarxes, tonteries així, i ja et dic que no és culpa del redactor, sinó del que el mana, que li diu el que ha de fer. En lloc de reflexionar una mica, sempre van al que és més ràpid, més barat... i això, de periodisme, en té molt poc. Buscar el clic i tot això al final desprestigia la professió. Abans, la gent, quan deies que eres periodista, et prenia per algú intel·ligent, i ara és al contrari. I tot per culpa d'aquesta gent, perquè jo faig coses que penso: "M'ho he *currat*, i això no t'ho farà tothom". En canvi, hi ha coses de clic-bait que les pot fer qualsevol, i això no és periodisme. I això és un altre problema.

Li fa la sensació que les xarxes socials marquen l'agenda del seu mitjà?

Sí. Però també és veritat que es critica molt els mitjans, i penso que la gent també s'ho hauria de fer mirar: a vegades tenen on triar i se'n van directes a la merda. Volen coses que es puguin llegir en un minut i mig, o que hi hagi la foto que volen veure, i ja està. Si tu ets un lector i vols trobar coses xules, crec que n'hi ha; però són coses que desapareixen més ràpidament de les xarxes perquè no les clica tanta gent. I tot va així: el que es veu més, es promociona, i el que es veu menys, no. Jo crec que sí que hi ha vies, el que passa és que també la gent... els diaris publiquen el que la gent tria, i si la gent clica això... és un peix que es mossega la cua. Si la gent digués: "Jo no vull saber què collons porta la Letizia a la boda de no sé qui, sinó que vull llegir un tema ben fet"... Llavors, el diari oferiria un reportatge *currat* en lloc de la merda aquesta. Però com que tota la gent va cap allà... no és per excusar els diaris, però també és veritat que la gent tria unes coses... Fins i tot diaris seriosos també tenen premsa rosa, i si ho han hagut de fer, no crec que sigui perquè els ve de gust.

Quan pensa en ètica periodística, què li ve al cap? El codi deontològic del Col·legi de Periodistes, la seva pròpia consciència...?

En no enganyar, en no mentir. Perquè al final, jo podria publicar una cosa potser algú pensa: "Ostres, com publiques això?". Per exemple, el nen aquell, en Julen: no estic d'acord amb el circ que es va muntar, i potser és un mal exemple, però si hi hagués una foto, potser algú la publicaria i algú no, perquè potser algú pensaria que és ètic i algú altre que no. Això ho puc entendre. El que no entendria és dir mentides, i hi ha llocs on es menteix, directament. Potser no es publica una mentida com a tal, però sí una veritat a mitges. I jo això mai ho faria: si és que sí, és que sí, i si és que no, és que no.

Com valora el nivell d'ètica dels mitjans a Catalunya, en aquests moments?

Bé, Catalunya és un cas molt especial per tot el tema del procés. A la secció de política del meu mitjà, tot i que jo no hi treballo, segur que es diuen no mentides, però sí mitges veritats per fer quedar bé un o l'altre. Igual que algun altre diari dirà alguna cosa de Catalunya que no és veritat, o que és una mitja veritat, com una guerra per qüestió de pasta. El meu mitjà és bastant de Convergència, i suposo que d'Esquerra en dirà mitges veritats. Però què has de dir, tu? A mi, però, tot això ja no m'afecta. És una sort estar a Esports, perquè tot el rotllo aquest de la política... jo ja et dic, ningú mai m'ha dit res i he escrit sempre el que he volgut. Fins i tot recordo una època per Nadal, que hi havia molt pocs temes, i estaven fent els partits de seleccions, que vaig fer un tema sobre com seria la selecció de Iugoslàvia si no s'hagués separat en països independents. I això, venint d'un diari súper independentista... és molt rebuscat, i en els comentaris hi havia gent que deia: "Però com pots dir això?". Semblava que jo digués que separar-se és dolent, i només era una curiositat perquè jugaven les seleccions i jugava Sèrbia, Bòsnia... Però la gent ja deia: "Com és que publiquen això? Separar-se no és dolent, i menys pel futbol!". Tot i que és clar, en realitat ningú estava dient això.

Fan cas, els responsables del seu mitjà, d'aquests comentaris dels lectors? Quan rep crítiques li criden l'atenció, o el defensen?

Ningú fa cas dels comentaris, perquè si n'haguéssim de fer cas... A mi si em surt un comentari dient "crec que t'has equivocat per tal motiu i el punt de vista no és vàlid", diria "d'acord, potser m'he equivocat". Però hi ha comentaris a Facebook, a Twitter, i al propi web del diari... A Twitter normalment són bastant normals, però vas a Facebook o als propis comentaris de la notícia al diari i molts hi ha molts *trols fatxes*: notícia que publiques, notícia que intenten treure-li punta política encara que no hi tingui res a veure. I l'altra meitat són hiperventilats, del nivell d'escriure en majúscules perquè no en tenen ni idea, però ningú els fa cas. Perquè si haguessis de fer cas al senyor que està escrivint en majúscules....! I a Esports encara, perquè no és un diari d'esports, però els de política, si haguessin de fer cas de tots els comentaris....!

Com veu el futur, tant el del periodisme com el seu a nivell personal?

A nivell personal jo crec que té molt a veure amb si ets jove o no. Quan ets jove sempre aguantas més les coses. Al final, jo crec que hauria de cobrar més, però no perquè ho

necessiti per viure. Vas aguantant així, però suposo que quan ets més gran, al final hi ha gent que es crema. Per tot això que hem comentat que no cobres el que has de cobrar, i fas moltes hores... El que passa és que, quan tingui 40 anys, tampoc em veig treballant en una agència de comunicació. Perquè al final, una cosa t'agrada i l'altra no. No hi ha color. Potser estudio alguna cosa de fer guions, que també m'agradaria molt, i és un món que et permet treballar de dilluns a divendres. Però ara de moment estic bé així, a nivell personal. Però ja sé que no per a tothom és igual: el noi a qui vaig substituir tenia 27 anys i estava al diari des dels seus inicis... A mi no em molesta, però a ell treballar caps de setmana li tocava més els collons, portava quasi tres anys i se'n va anar a Austràlia a treballar en un restaurant. Hi estarà un any o així, per desconnectar. I em deia: "Quan torni, me n'aniré a una empresa de comunicació corporativa". Però aquest noi anava al camp a veure el futbol i li agradava, i si ara es posa a fer notes de premsa, com feia jo... crec que no li agradarà, si li agradava fer de periodista.

I com veu el futur del periodisme com a professió?

No ho sé. El paper suposo que desapareixerà, tot i que això ho diu tothom però al final no passa. No tinc res en contra del paper, però és que per exemple això del nen del túnel ja no van arribar a publicar-ho, que l'havien trobat mort, perquè va ser a la una de la matinada. I clar, després la gent l'endemà obre el diari i no ho troba. En canvi, no caldrà ni que vagin a cap diari digital: obriran el Facebook i ja els sortirà que han trobat el nen mort. I clicaran. I potser al diari estarà la notícia més treballada, però ja no tindrà cap valor. Em sap greu, però és que el món va així. Evoluciona. Em sap greu perquè és bonic, però si no són revistes amb reportatges o alguna cosa més atemporal, no sobreviuran. Les revistes amb reportatges en profunditat no desapareixeran, però les coses instantànies, al final, sí. Ara tothom té Ipad, mòbil... s'ha de fer un pensament, i no sé si serem independents o no, però almenys tot aquest procés haurà servit perquè la gent es miri una mica al mirall, d'una banda i de l'altra, a nivell de periodisme. Potser d'aquí a uns anys direm: "Ostres, estàvem fent notícies dels tuits de quins personatges!" I espero que serveixi, almenys, per aprendre. Hi ha una mica de desprestigi, però almenys tots els periodistes que conec i els que he conegut, encara que potser alguns hagin d'estar fent notícies de tuits, els veig com a gent intel·ligent. Gent més llegida i culta que qualsevol altra. És com molt elitista, però és així. En general, els periodistes són gent més intel·ligent que la resta.

Creu que la societat valora, aquest perfil del periodista, o pensa que qualsevol persona pot fer aquesta feina?

Clar, sí, això ara passa molt. Suposo que no són conscients del que és un periodista com a tal, perquè diuen: “Haha, a aquest li han dit que ha de fer una notícia d’un tuit”, o escriuen “haha becari, quines merdes que et fan fer”. Però si el periodista pogués tenir barra lliure, segurament faria una cosa millor. Llavors hi ha gent que es creu que pot fer merdes i pensa que allò ja és periodisme; però en canvi, si volguessin fer una cosa ben feta, no la sabrien fer. El problema és que hi ha gent molt vàlida que està fent coses que les podria fer qualsevol.

Creu que el Col·legi de Periodistes, el Sindicat de Periodistes i aquest tipus de col·lectius són útils a l’hora de defensar la professió i les seves condicions laborals?

Això sí que no ho sé. No crec que tingui prou bagatge per valorar si s’han fet les coses bé o no. Quan estàs estudiant sí que et vas assabentant de coses, però és diferent veure-ho des de fora que quan ja ets a dins. Quan vaig estar al diari, i després a l’agència de comunicació, i ara al digital.... et vas assabentant de coses de primera a mà, porto de moment només porto un any en la professió.

Té previst associar-se a algun col·lectiu?

Porto només un any treballant i ja et dic, no tinc prou bagatge per a saber si s’ha actuat bé o no. Vaig anar a un acte d’en Valtonyc organitzat pel Col·legi, i si s’organitzen coses així suposo que està bé, igual que defensar la professió. Si hem arribat on hem arribat potser és que no ho han fet bé, però no en tinc ni idea. Però plantejar-me col·legiar-me? Sí, suposo que sí. Però és que aquest any ha anat tot tan ràpid que encara m’estic situant.

C.4 Transcripció entrevista “Enric”

En primer lloc, com es va introduir vostè en el món del periodisme?

Per pura casualitat. Amb 16 anys i acabant de repetir sisè de batxiller, vaig sentir un anunci a la ràdio que demanaven una persona per anar a fer bàsicament de *botones*, i contra l'opinió dels meus pares, que volien que em quedés cas a treballar a casa, vaig anar-hi. I tot i que el director em va dir que tenia un perfil excessivament elevat pel que demanaven, perquè tenia estudis, em vaig acabar colant. Vaig entrar en aquest món i al cap de tres mesos ja feia una mica de tot. En aquella època no es feia informació, per tant, “fer de tot” volia dir posar discos, temes de so i, al cap d'un temps, vaig fer locució. Al cap de dos o tres anys de ser-hi ens van obrir mínimament les comportes de la informació i allà em vaig decantar bàsicament cap a la informació esportiva, perquè en aquells moments jo jugava a futbol i m'interessava, però també vam començar a fer programes. El primer programa que vaig fer no era un informatiu, perquè estaven prohibits, però que en certa manera sí que ho era. I a partir d'aquí, l'any 1977, quan van començar les desconexions territorials, vam començar a fer programes que podien passar com a informatius. I així entro en el món del periodisme, fins que en el 79-80, començo a fer una pàgina de música, que en aquells moments era la meva especialitat, per a un diari escrit, i al cap d'uns mesos passo a fer informació esportiva per un altre diari, en funció de col·laborador. I aviat em vaig adonar que entre presentar discos a la ràdio o fer informació em decantava més cap a això, i això va fer que em decantés més cap al nucli del que llavors era el diari franquista. I el 1984, quan el diari va passar a ser empresa privada i m'ho van oferir, vaig passar a fer ja de periodista, que és el que en certa manera portava fent els últims tres o quatre anys en el món de la informació esportiva. Llavors vaig entrar i vaig passar al món de la informació política i comarcal.

I a partir d'aquí, com va evolucionar?

Vaig estar tres anys en aquell diari, a partir de 1984. És a dir, jo havia col·laborat entre els anys 80 i 84 amb el món de l'esport, però no vaig plegar oficialment de la ràdio i vaig entrar al diari en nòmina fins al maig del 84.

L'any 1984, doncs, va ser la primera vegada que va tenir nòmina?

No. A mi em va passar una cosa que en aquests moments sembla absolutament increïble: jo, als setze anys, entro amb nòmina a la ràdio. Em van estafar un mes, això sí, que era un clàssic: vaig entrar a treballar al mes de setembre, i el primer contracte era de l'1 de novembre de 1974. I en els deu anys que vaig estar a la ràdio vaig canviar de categoria només una sola vegada, perquè vaig passar d'allò que dèiem "botones" a "técnico de segunda", i vaig estar deu anys que vaig fer de tot, jo diria que fins i tot en alguns casos de cap d'emissions, però vaig seguir tenint en nòmina allò de "técnico de segunda".

I a partir de 1984, al diari, va poder progressar?

Els anys que vaig treballar al diari... a la primera època fèiem 6-7 hores a la ràdio, i llavors me n'anava i feia 7, 8 o 9 hores al diari. Jo no vaig arribar a tenir un contracte normal al diari fins al 1984, però estava en una categoria que es deia "meritorio", que volia dir que entraria si es tornaven a obrir places. Però jo no vaig entrar-hi mai. Curiosament, l'any 1984, quan em van contractar de debò, em penso que en el paper posava "redactor", però a la pràctica ja entro com a cap de secció. Llavors, vaig estar tres anys al diari. Al cap d'un temps, però, vaig canviar i me'n vaig anar a treballar al diari de la competència, i vaig passar trenta anys i mig a l'estructura d'aquest altre grup de comunicació, tot i que en diferents empreses. Primer, a Girona, després me'n vaig anar de director a l'edició de Badalona, després vaig tornar a Girona i vaig ser el primer director d'un nou diari esportiu, i després vaig tornar definitivament a la seu del diari. Aquest cop vaig entrar com a cap de secció. En total, doncs, he estat cap d'àrea, redactor en cap, director d'edició a Badalona, subdirector del grup, director del diari esportiu i subdirector del grup, que era el subdirector de directors, el segon d'a bord en aquell moment. Llavors va haver-hi la crisi i em van rebaixar quatre categories de cop, i vaig passar a ser redactor en cap. Amb acceptació meva, perquè si no, no ho haguessin pogut fer. I de fet, en el moment que plego de l'empresa, el que posava a la nòmina era "redactor". Per tant, jo sempre he treballat en contracte, per dir-ho d'alguna manera.

Quan va començar, en aquella època, era una feina amb unes bones condicions laborals, comparat amb la resta de professions?

Quan entro a la ràdio, jo havia acabat de fer el batxiller superior, i la pretensió era anar a la universitat, però la feina em va agradar. I tot i que era una feina, diguem-ne, de "botones", de controlar les entrades i sortides, i d'anar a buscar una cosa que ara és impensable: els paquets de cintes que arribaven a l'estació de la Renfe amb les

radionovel·les que editàvem, portar el telex del director, a Telègrafs perquè el piquessin i l'enviessin... però molt aviat vaig començar també a posar discos. Ben pagat no ho era, jo vaig començar amb un sou de 5.400 pessetes, que era escàs. Però és que deu anys després, quan vaig sortir, crec que cobrava 40.000 pessetes amb aquella categoria que havia anat millorant. L'única condició que teníem bona és que teníem un conveni que, quan me'n vaig anar a la mili, durant l'any i nou mesos que vaig estar fora em pagaven la meitat del sou. És clar, ara això no es porta, però en aquella època això era bastant propi de les empreses de comunicació. Però la veritat és que el sou era molt just. Perquè te'n facis una idea, quan jo plego de la ràdio després de deu anys cobrant-hi 40.000 pessetes, passo al diari a cobrar-ne 75.000. Ja és un canvi considerable. 75.000 pessetes no era molt ben pagat, però ja era un sou correcte pel que es pagava en aquells temps. Per exemple, molt més elevat dels 1.200 o 1.300 euros que són el que es paga ara.

Creu que va trigar 10-12 anys, doncs, a establitzar-se amb unes condicions laborals acceptables?

Sí. El que passa és que jo, en començar amb setze anys, no tenia la pressió de fer-ho. Però sí, jo no vaig tenir un sou que diguéssim correcte fins al cap de deu anys. El que passa és que llavors hi havia una cosa que es feia, i que ara la gent també fa, i és que durant anys aquells que estava a la ràdio col·laborava també amb el diari, on primer no cobrava res però al final em van acabar pagant... jo crec que vaig acabar cobrant del diari unes 5.000 pessetes al mes per fer vuit hores diàries, que també déu n'hi do. Però llavors també fèiem una altra cosa, que ara està molt mal vista: els que treballàvem a la ràdio exercíem també d'agents de publicitat, i teníem alguns clients a qui cobràvem un tant per cent per la publicitat que posaven. Per exemple, si hi havia una discoteca que posava una falca i feia una campanya, doncs cobraves un tant per cent com si fossis un agent publicitari. I això et permetia arreglar els sous d'una manera o una altra.

Com bé diu, ara és impensable.

Sí, però va durar molts anys. Qui va ser director del diari durant molts anys era alhora l'agent comercial, i això sí que era perillós, perquè mentre tu posaves discos era una cosa, però quan feies informació... ara seria absolutament incompatible, i en aquell moment ja era una mica lleig.

Hem parlat de salaris, però a nivell d'altres condicions –prestacions socials, horaris...-, estava ben coberta, la professió?

En el món de la ràdio, sí, perquè eren torns de set hores, dels quals en solies fer sis davant de l'antena. No hi havia gaire preparació, no hi havia gaire història. Era molt de posar discos, explicar coses del dia, alguna entrevista... en aquella època no hi havia excessiu guió, i per tant les condicions eren bones. Com a col·laborador del diari, a part de no cobrar... hi havia una avantatge: aprenies l'ofici sense que et cobressin, això és veritat. Però també t'explotaven, perquè durant molts anys feies una feina... pensa que quan jo vaig entrar al diari, devia haver-hi en nòmina set periodistes o vuit, tot i que en total hi havia 50 treballadors, amb tallers inclosos. Perquè clar, pensa que llavors era tot manual: hi havia les linotípies, el plom... era una altra manera de treballar. Devien ser 50 o 60 a tallers, i a redacció eren 7-8 professionals en plantilla i 4 o 5 col·laboradors, que érem els d'esports. Però pensa que llavors els d'esports fèiem mig diari: fèiem diaris de catorze pàgines, de les quals set eren d'esports.

Per tant, pensa que la manera d'accedir a la professió ha variat gaire entre quan ho va fer vostè, fa quaranta anys, i com s'hi entra ara?

Totalment. Jo vaig entrar a la professió sense saber que hi entrava, i un cop a dins vaig tenir la sort que, com que hi havia gent del diari que feia coses a la ràdio, ens vam conèixer i vaig tenir l'oportunitat de fer-ho. Ara bé, durant vint dels anys que vaig passar en el món de la premsa escrita, hi havia una oportunitat molt gran d'entrar al diari a través de les beques. Bé, en un primer moment, la gent que agafaves ni tan sols venia necessàriament de la universitat, sinó que hi havia molta gent com jo, que sense haver fet la carrera entraven en aquest món perquè coneixien algú. I era molt fàcil: si tu entraves sota el paraigua d'un diari, podies acabar treballant allà. Perquè per exemple, al primer diari on vaig estar, d'aquella redacció de set o vuit persones que hi havia quan encara es feia amb linotípia es va passar a una redacció on devíem ser 14 o 15, i de seguida vam passar a ser 30 o 40. Per tant, hi havia moltes oportunitats. I per exemple, durant els anys que vaig estar al segon diari, et diria que el 60 o el 70% de becaris que entraven es quedaven a treballar al diari. Per què? Perquè era un diari que va créixer molt, i va intentar fer allò que en dèiem el "diari nacional per edicions", de manera que va obrir primer delegacions a comarques gironines, a molts punts, i llavors va obrir redaccions a molts punts on gent

de les comarques gironines va anar a treballar: a Mataró, a Badalona, a Tarragona, a Vilafranca, a Barcelona...

Era l'època d'expansió de la premsa.

Sí, era l'època d'expansió. En aquell moment, la manera d'entrar als mitjans era per una beca o que coneguessis algú, i a partir d'aquí no calia res més que saber fer la feina que et demanaven.

Ara, en canvi, els estudiants en pràctiques saben que tenen molt poques opcions de quedar-se en aquell mitjà.

Era diferent. De fet, en aquella època va haver-hi molta mobilitat laboral. Durant l'època que t'estic dient, quan vaig deixar la ràdio i vaig anar al diari, va ser el moment que es va crear la radiotelevisió pública catalana, i que els diaris de Barcelona també van fer una aposta comarcal, perquè els va sortir la competència dels diaris locals i ells també van agafar gent. Va ser un moment d'una gran expansió, i el nombre de periodistes es va multiplicar per 2, 3, 4 i 5.

En la seva època com a redactor, quan va sentir parlar per primera vegada d'ètica periodística, i d'on li va venir la preocupació per aquest tema, si li va venir en algun moment?

Jo aprenc a fer de periodista quan ja estic fent de periodista. Jo no tenia ni la més mínima formació quan vaig començar a fer coses periodístiques a la ràdio, l'únic que tenia era un punt d'experiència pel fet d'haver treballat amb periodistes. Però les poques coses que sabia... bé, jo vaig tenir la sort que en aquell moment, malgrat no ser titulat, vaig poder entrar a l'Associació de la Premsa; però bàsicament, totes les coses que aprenies, i no totes eren bones, eren de la gent amb qui treballaves, que alguns tenien formació. Quan vaig entrar al diari, els únics que havien fet la carrera eren un redactor, el redactor en cap i el director. Jo, del director que tenia, en vaig aprendre nocions molt bàsiques, però la professió la vaig aprendre a la pròpia redacció. Això sí, aprenc de persones que, probablement, al cap d'un any de treballar-hi ja vaig veure que en sabia gairebé tant o més que ells. Però va ser un autoaprenentatge basat en un model que ens marcaven uns que havien estat a la universitat, dels quals no te'n podies refiar excessivament, o altres, que portaven molts anys treballant. Però el fet d'haver de parlar amb la gent abans de

publicar una cosa que els afectava, el fet de tenir contactes i que aquests eren sagrats i els havies de salvar... tot això ho apreng de la redacció del diari.

Salvador Alsius alerta que s'ha perdut aquesta via de socialització, perquè ara hi ha molta gent que és autònoma o treballa des de casa.

Els grans debats sobre la professió, sense saber que els teníem, els teníem a les pròpies redaccions. Debats sobre com actuar davant de segons quines demandes, entendre que algunes de les coses que havíem vist fer als que eren més grans que nosaltres, com per exemple la barreja entre informació i publicitat, no eren bones; la conscienciació que no podíem tractar millor als que ens posaven publicitat, el fet que s'havia de destinar espai en funció de la importància de la notícia i no de la importància de qui et donava la notícia... pensa que en aquella època gairebé semblava que al periodista se l'havia de convèncer amb l'estómac, perquè hi havia molts dinars, molts sopars... i senzillament, quan algú tenia ganes de sortir al diari, convocava un dinar i un sopar i explicava un sopar de dur i se li comprava. Llavors va haver-hi una altra cosa que també va fer la meva generació, i va ser tenir uns quants referents, que havien anat a la universitat o que portaven molts anys a la professió, i que semblava que ens marcaven el camí que havíem de seguir. Per exemple, pensa que en Gabilondo, abans de ser en Gabilondo, havia estat el primer director de la ràdio. Aquesta és una història que poca gent coneix: en Gabilondo va ser director de ràdio molt abans de fer ràdio, i era un personatge que a la meva generació, sobretot els que veníem de la ràdio, que ens va marcar molt. Llavors també ens ajuden algunes lectures de gent que era important, bàsicament, als diaris de Barcelona. Gent amb qui coincidies, veies maneres d'actuar... i no necessàriament eren els més importants, però bàsicament vam aprendre les bases del que ara és l'ofici quan ja l'estàvem fent i portàvem molts anys fent-lo. I va haver-hi gent que portava molts anys fent de periodista i no va tenir mai ètica periodística, això també és veritat.

A nivell personal, a vostè, quins temes eren els temes ètics que més el preocupaven?

A mi em van ensenyar molt aviat que s'havien de contrastar les coses, això és una cosa que em van ensenyar de seguida, primer a la ràdio i després al diari. Les altres coses van venir de mica en mica. Per exemple, quan algú et diu: "Això no es publica perquè afecta a tal i no ens interessa", et feia tenir moltes més ganes de publicar-ho, i després havies de buscar la fórmula per arribar a fer-ho. Però si la pregunta és: "Vas arribar a estar en una

redacció que hi havia autocensura claríssima dels periodistes en funció si afectaven al règim d'aquell moment o als principals polítics?". Clarament, sí.

Això, en l'època predemocràtica.

Jo diria que l'època predemocràtica dura molt de temps, perquè quan el 1976 es vota la llei de la reforma política i el 1977 es fan les primeres eleccions, dir que allò era democràcia era una mica agosarat, perquè no ho era. Pensa que el 1981 hi va haver un cop d'estat, i els militars eren molt importants. I al diari, per exemple, deien: "No toquem els nassos als militars, quedem bé amb la Guàrdia Civil i la Policia Armada i la Policia Municipal...". Això també venia perquè el cap de successos venia d'aquest món i hi tenia moltes amistats, i llavors era impensable que el diari on jo treballava pogués destapar algun cas en contra de la guàrdia civil. Recordo dels primers temes que jo vaig fer, que van ser judicis per tortures contra la guàrdia civil, em va ser molt difícil poder-los publicar. Ho vaig fer, però vaig tenir molts problemes, perquè era allò de dir... ep! I el governador civil era sagrat, no es podia parlar malament d'ell. En canvi, contra els alcaldes... *bueeno*, hi havia una mica de màniga ampla, perquè això el règim ho feia, deixava que toquéssim una mica els collons als ajuntaments a canvi de no tocar els grans temes. Llavors, a partir del 1977, això se'n va anar a la merda, i a partir del 79, amb el naixement dels nous diaris democràtics... Llavors, això entronca amb el que comentàvem abans: com aprenies a fer periodisme? Doncs tu agafaves models, buscaves referents. Per exemple, l'Antonio Franco va ser un referent per a molta gent de la nostra generació, tot i que no treballàvem amb ell. Quan sorgeix *El País*... molts de nosaltres prenem consciència del que és l'ètica periodística i de les bases que avui li exigim a algú que entra a la professió, el codi deontològic, amb el Llibre d'Estil i la manera de fer d'*El País*. Que és una mica gros dir-ho, però és el nostre model i la nostra imatge perquè no hi havia res més. Un altre mestre va ser Josep Martí Gómez. Gent com el Josep Martí Gómez, la gent que estava a *El País*, l'Antonio Franco, en el món esportiu Àlex J. Botines, que va morir fa molts anys però que va ser un cert referent... aquests ens van ensenyar una manera de fer... el Huertas Clavería, que havia estat a la presó... aquesta gent ens ensenya una mica el camí a seguir, que és que el periodista mai ha d'estar al costat del poder, que ha de tocar els collons al poder sense inventar-se res... És que veníem d'una temporada en la qual els periodistes, i això hi ha periodistes que ho expliquen, com ara el Huertas Clavería a "A cada taula un Vietnam", que manipulaven la informació per ajudar a tombar el règim. La Marxa de la Llibertat en va ser un exemple clar. S'explica que,

quan la Marxa de la Llibertat va arribar a Palamós, la Guàrdia Civil havia pres el poble perquè havien dit que no es podia fer, i l'endemà va aparèixer publicat al diari: "Èxit massiu de la Marxa de la Llibertat a Palamós", amb una pancarta que posava això i un munt de gent brutal. Què van fer? No hi va anar ningú. Eren gent de Palamós que van colar una pancarta i van anar a l'aplec de la sardana, de manera que la foto era l'aplec de la sardana amb una pancarta i prou. Però això també es feia, i se n'ha teoritzat. Alguns ho justifiquen, i vist amb els ulls d'ara és injustificable, però vist amb els ulls de llavors, que t'hi jugaves tant... Huertas Clavería va estar molts mesos a la presó, gairebé un any.

Vostè havia tingut, en aquella època, enfrontaments amb els seus superiors per temes relacionats amb l'autocensura?

Totalment. A la ràdio hi havia gent que no era de l'ofici, que no eren del món de la ràdio, que es dedicaven a mirar què es podia dir i què no. I es dedicaven a massacrar entrevistes que ja s'havien fet, fins i tot l'any 1976, ja mort Franco. Has de pensar que quan Franco es mor, ens envien policies a l'emissora, i estem tres dies amb policies allà. Ells venien, en teoria, a protegir-nos, però era una època que hi havia la censura. Però era tan absurda la censura, que havies de portar els guions dels informatius a censura prèvia, però en els últims anys venien un cop per setmana i t'ho segellaven igual i ni s'ho miraven. Però fins als anys 77-78 això s'havia de fer. Anaves al Ministerio de Información y Turismo i et segellaven els discos i cinquanta *tonteries*. Hi havia molta autocensura, però tampoc tanta, perquè una gran part de la gent que en aquell moment exercia el periodisme venia del món del règim.

Per tant, ja s'ho creia.

No és fins al moment que s'obren les portes amb País, l'Avui, els diaris comarcals... que entra en el món del periodisme gent que, evidentment, no era del règim i que el que volia era una altra cosa.

En el cas d'enfrontaments amb els seus superiors, com s'acabava resolent?

Senzillament, en aquell moment, si els superiors deien que no, no es publicava i la cosa quedava així. Jo crec que no hi havia grans històries perquè, com que tothom ja sabia on estava, s'exercia l'autocensura d'una manera molt descarada. En aquells moments, hi havia molta autocensura. No hi havia grans problemes, i a més, l'amenaça dels jutjats era constant. A dos companys, per exemple, per uns articles parlant d'un alcalde franquista

els anys 76 i 77 els van portar als tribunals. Que després no va passar res, perquè va sortir la llei de l'amnistia i tot això va quedar una mica ensorrat. Llavors vam passar a l'altre cantó: d'haver de callar a màniga ampla per dir moltes coses, algunes de les quals no sempre ben fetes, perquè en el periodisme de la transició també hi va haver molt de clientelisme polític, cap a un costat i cap a l'altre. Tothom tirava cap a casa seva.

Vostè va haver de fer coses que anessin molt en contra del que vostè pensava per no perdre la feina, en aquells moments?

No, perquè no les feia. Què passava? I t'ho dic amb tota la franquesa del món. Davant d'un tema molt complicat, l'ignoraves. Això és molt trist, però era així. Al diari on jo treballava hi havia gent, senzillament, que estava vetada. El director deia: "D'aquest no se'n parla", i no se'n parlava. També era per una qüestió del tarannà dels que estaven a davant del diari. Jo, el primer problema seriós el tinc fent esports, perquè els d'esports fotíem unes hòsties bastant importants sense tenir-ne excessiva consciència de quina cosa tocava en aquells moments. Però a mi, la primera vegada que em van prohibir publicar una informació va ser una informació econòmica, ja al diari, perquè afectava una empresa en la qual un advocat de l'Estat era l'apoderat i propietari. Em vaig posar com una moto, perquè era una cosa que a nivell particular portava un *tio* que la seva feina era ser advocat de l'Estat... coses rares d'aquelles que hi havia, i davant la impossibilitat i la prohibició absoluta, el que vaig fer va ser passar-ho a un company d'un altre mitjà i ho va acabar publicant ell. Que em prohibissin publicar alguna cosa més, jo crec que ja no ha tornat a passar. Hi havia altres tipus de pressions que feien que tu mateix t'autocensuresis, que suposo que després és el que acabarem parlant.

Què el va fer canviar d'empresa i anar al diari de la competència? Millors en les condicions, malestar amb l'empresa, oportunitat de créixer professionalment...?

Jo crec que va ser una visió periodística. Nosaltres, quan entrem en nòmina al diari, l'any 1984, es treu el nom franquista i allà ja es produeix un canvi bastant important. L'empresa fa una aposta, es fitxa gent, i la veritat és que fem un pas endavant en difusió bastant important, perquè el diari havia baixat a 3.000 o 4.000 i es torna a pujar fins als 8.000 en aquell moment, amb una idea de poder atrapar la competència. Però hi havia una etiqueta: primer vam ser "el diari del *Movimiento*", que jo crec que va ser una etiqueta que el diari va portar molt de temps de manera injusta, i després vam passar a ser un diari molt proper a Convergència. En canvi, la competència era tot el contrari, semblava que era un diari

d'esquerres i tal. En el meu cas concret, jo me'n vaig anar perquè el seu director em va fer una proposta professional que em va atraure, em va vendre la història de dir: "Nosaltres aquí hem sortit; primer va ser la subsistència, després va ser intentar atrapar l'altre diari, després va ser intentar passar-lo, i ara ens hem de convertir en el diari líder d'aquí", i em va vendre la idea del diari nacional per edicions. Per tant, va ser una cosa absolutament professional. Econòmicament, no, perquè vaig canviar de feina cobrant exactament el mateix, i em penso que amb una categoria professional menys en nòmina. Hi vaig anar com a cap de secció, però em penso que encara figurava com a redactor, que era una d'aquelles coses que passaven i segueixen passant. I la veritat és que va ser aquest tema. També és cert que va coincidir amb una crisi forta del "diari del *Movimiento*", durant la qual la persona que estava al capdavant ens va intentar allunyar de les pressions... això és una cosa que després t'explicaré: en funció de qui has tingut de cap has tingut moltes menys pressions o no, i en aquell moment el director perillava perquè hi havia gent que li tenia ganes. I efectivament va haver-hi el canvi, i ja veies que les coses no anirien a bé, sinó a malament, com en certa manera va passar. Però no va ser una motivació econòmica, sinó professional.

Va ser a partir d'aquí que va començar a arrencar la seva carrera professional i a pujar categories?

Sí. A mi em va passar una cosa molt bèstia: jo només havia fet informació esportiva quan, el 1984, em nomenen cap de comarques del diari. Em nomenen cap de comarques perquè en aquell moment el diari passa a ser una empresa privada, i van fer l'oferta a tres o quatre persones de fora, que els van dir que no. Però com que el diari havia de sortir, van mirar qui hi havia dintre i em van agafar a mi. Per tant, jo vaig aprendre a fer informació no esportiva allà dins, i vaig aplicar els criteris que havia après fent informació esportiva, per la qual cosa en alguns casos eren bons i en d'altres no tant. Però sí, vaig estar com a cap de comarques fins que vaig tenir un incident important amb un altre cap, que em va recriminar el que per a mi era una *tonteria*: que no havíem tret el Ball de Pabordes de Sant Joan de les Abadesses, perquè ell hi havia anat. Llavors el vaig engegar a la merda i ell va considerar que m'havia de fotre al carrer. Vaig estar al carrer tres hores, i al cap de tres hores ja tornava a estar contractat. Però em van castigar a fer teletips una setmana i després el càstig va ser acollonant, perquè em van donar política i successos, i en els successos hi vaig trobar un món que em va agradar molt. I els successos, en aquell moment, eren importants, perquè llavors no hi havia portaveus, ni notes, ni històries, i

l'única manera d'assabentar-te de coses era coneixent els policies, els Guàrdia Civils i els policies municipals. Aquest va ser un món on em vaig moure bé, i per això també crec que em van cridar de la competència, perquè els fotia enlaire moltes històries. I el tema de successos era complicat perquè era molt delicat, però també era molt agraït. Era un tema molt llegit, en aquell moment. Encara ara, desgraciadament, però llavors era un tema molt llegit. I allà em vaig fer un nom. Jo crec que l'ofici bàsic del periodisme el vaig aprendre al primer diari, després també molt llegint els referents de l'època i, finalment, al nou diari on vaig aterrar hi havia molta gent amb formació universitària, així com alguns que no havien estudiat Periodisme però que sí que tenien estudis. I allà de seguida es van preparar unes normes de comportament que s'havien de complir, i també un llibre d'estil. Diguem que un grup de gent es va posar a pensar normes que ara ens poden semblar molt bàsiques, però que eren necessàries: s'ha d'identificar la gent sempre que es pugui, no s'han de citar mai les fonts d'informació si són reservades, s'han de contrastar les notícies... en aquella època encara parlàvem que tot s'havia de contrastar amb dues fonts diferents perquè veníem de "Tots els homes del president", del cas Watergate.

Per tant, hi havia gent a la redacció que es preocupava d'aquestes qüestions.

Sí, hi havia gent que se'n preocupava. De fet, jo, per exemple, una de les coses que vaig notar diferents és que quan vaig entrar em van donar el que devien ser quinze o vint folis amb normes d'actuació... moltes d'elles estaven tretes d'El País, però també n'hi havia de llengua, que en aquell moment era important. Però bàsicament eren normes de comportament, que era una mica l'*abc* de la professió. Jo, amb allò, vaig aprendre moltes de les coses que després he defensat al llarg dels anys. En aquell moment, a tothom que entrava se li donaven aquests fulls i a més hi havia com un grup de gent que es reunia un cop cada mesos per anar-les ampliant. Al final, al cap de tres o quatre anys, jo també vaig passar a formar-ne part. Per tant, sí, hi havia la voluntat de fer les coses ben fetes i de publicar aquelles coses que no es podien publicar. Allò que es diu: "No, el poder no es pot tocar...", doncs al contrari, va haver-hi uns anys que es va passar bàsicament a una història d'anar a tocar els collons al poder. Li vam tocar molt els collons a l'alcalde, de manera que vam treure-li algunes històries, i en vam perseguir d'altres que circulaven pel carrer... Publicàvem coses greus, en aquell moment. Vam anar contra els abocaments que feia una gran fàbrica al riu, i un cop que la depuradora va fallar i va haver-hi abocaments, ho vam publicar i ens va comportar demandes multimilionàries. Però hi havia la sensació

que havies de fer-ho. I llavors, la conscienciació que aprens que hi ha coses molt importants: que sí, que hi ha la democràcia, que en aquell moment era molt important, o la llibertat dels partits, però és quan també descobrim que hi ha una cosa que es diu medi ambient, l'ecologisme, i aquí hi ha el suport a campanyes molt importants que van permetre salvar els aiguamolls de l'Empordà, els aiguamolls de Pals... i en anys posteriors, contra grans gegants que defensaven la urbanització del litoral. El que passa és que, al mateix temps que en salvaves tres, te'n colaven sis, això també és veritat.

Aquestes campanyes per “tocar els collons al poder”, es podien fer perquè era un context en què els mitjans de comunicació eren econòmicament forts?

Es podien fer per dues qüestions. Una, perquè ens ho crèiem, i dues, perquè teníem uns caps que ens incentivaven a creure-hi, i teníem uns propietaris que van decidir que la feina dels periodistes l'havien de fer els periodistes i per tant no entrar en el terreny del control. Això, ara, se n'ha anat a la merda, però en aquell moment era molt important. Fins i tot recordo que li vam fotre algun negoci immobiliari enlaire al mateix propietari del diari sense saber ni tan sols que aquella promoció era seva, i ens en vam assabentar anys després, cosa que diu molt a favor del propietari d'aquell moment. Però hi havia la sensació que el periodista tenia no el dret, sinó l'obligació, de denunciar tot aquest tipus de coses, de treballar pels ciutadans. Hi havia la defensa a ultrança del dret a la comunicació, perquè consideràvem que el dret a la llibertat de premsa no era un dret que teníem els periodistes, sinó que nosaltres érem uns simples intermediaris i el dret era dels ciutadans. I això que ara semblen grans paraules, en aquell moment es practicava. Per exemple, hi havia un diari de tarannà gairebé comunista que tenia un propietari de l'Opus Dei. Això, llavors, passava molt. Va haver-hi diaris que van ser molt valents, i alguns se'n van anar a la merda. Els diaris que estaven molt controlats pel poder econòmic, al no poder tenir la llibertat d'expressar-se, se'n van anar enlaire. Molts d'ells van anar tancant. Hi va haver experiències molt bones, però es va crear un nou camp en el qual va tenir molt a veure la sortida dels diaris comarcals, que es van fer molt forts en el seu territori, i el fet que va néixer El Periódico sota les cendres de tots els altres diaris que hi havia hagut a Barcelona: els dos del *Movimiento*, el *Correu Català*, el *Diari de Barcelona*, el *Mundo Diario*, el *Catalunya Express*, El *Noticiero Universal*... Tot això se'n va anar enlaire, i d'allà va sortir una mica *El Periódico*, i *La Vanguardia*, que hi ha estat sempre.

Vostè va començar a adquirir responsabilitats. Es va anar sentint més lliure de fer les coses com li semblava a mesura que va anar adquirint responsabilitats, o al contrari, s'havia sentit més lliure quan era redactor?

Jo, quan vaig ser redactor ras o cap d'una secció que érem tres o quatre, vaig tenir tota la llibertat del món, i en alguns moments érem fins i tot suïcides, perquè vam anar contra el poder polític però sobretot econòmic, publicant històries que ara ens portarien directament a la presó. Per exemple, quan vam dir que el regidor de Cultura d'un ajuntament falsificava quadres i els firmava amb el nom d'un dels grans mestres de l'escola olotina. Li van fer un gran acte de suport, però ningú ens va portar al jutjat perquè era veritat. Però ara, aquestes coses no les faríem, perquè sabríem que ens portarien als jutjats i que perdríem, perquè a vegades sabíem que era veritat però no teníem prou proves, i tiràvem molt pel dret. Érem valents. Jo vaig agafar responsabilitats aviat perquè, després de tres anys a successos, ja vaig passar a tenir molta gent a les meves ordres, i em van donar la direcció d'una revista del grup, que llavors era molt gran, de més de cent pàgines setmanals, i un suplement dominical en paper on fèiem reportatges. Això és el que jo trobo a faltar en la premsa: els reportatges de cinc i sis pàgines. Jo vaig tenir el luxe de poder comptar amb gent a qui podia enviar deu dies a un lloc i deixar-los quatre dies o cinc més per escriure, i per tant que podia dedicar quinze dies a fer un reportatge d'investigació. I en aquell moment, hi havia molta llibertat, es controlaven molt bé els temes i es van fer moltes coses.

Hi havia molta gent per dedicar-s'hi.

Hi havia molta gent per dedicar-s'hi, sí. A part d'això, en un moment determinat vaig portar Economia, vaig fer de cap de tancament... i al cap de poc em van fer redactor en cap en una redacció que érem 50 o 60 persones, on donava gust perquè podies fer moltes coses. Ara, això és més complicat. Per a mi, hi havia molta llibertat, i hi havia sobretot un punt de "descaro" i un punt de voluntat d'aixecar temes importants. Se'ns en devien passar molts, però per exemple vam investigar el gran "desfalc" d'una caixa rural, o va haver-hi tot el tema de la màfia a la Costa Brava, que vam investigar bastant a fons i vam arribar a fer entrevistes amb gent que el govern civil ens deia que no podien estar aquí i els trobaves... feies feina d'autèntica investigació, quan hi va haver també tot el merder del Banc dels Pirineus... i potser ens quedàvem a la superfície, perquè segur que ens deixàvem coses, però la sensació que podies investigar-ho i ho feies, hi era. Després hi

va haver altres casos en els quals no vam gratar gaire res, entre altres raons, perquè no sabíem, i perquè pensàvem que no podíem. El “pensàvem que no podíem” és la clau: jo crec que sí que haguéssim pogut, però ens hi jugàvem molts calés i llavors les motivacions econòmiques ens van marcar molt a partir d'un moment determinat.

Entenc, doncs, que durant tota la fase en què els mitjans estaven econòmicament forts es va sentir amb llibertat per investigar i publicar el que va voler, però va arribar una crisi econòmica molt forta. Amb quins condicionants es van començar a trobar, a partir de llavors?

Jo crec que va haver-hi una certa llibertat de fer moltes coses fins a la segona meitat de la dècada dels 2000... 2007, 2008, que és quan entra molt la crisi econòmica. Jo crec que fins llavors no havíem tingut excessiva por a enfrontar-nos als poders econòmics. Els polítics eren una altra cosa... els trampejaves, com si diguéssim. Hi havia la Diputació, alguns alcaldes... però jo recordo d'haver publicat informacions d'ajuntaments que havien provocat fins i tot agressions físiques, però les seguíem. Vull dir que hi havia una poca vergonya... per exemple, una cosa que no t'he dit: quan vaig entrar-hi, l'any 1989, als estius, i després durant tot l'any, fèiem un setmanari satíric, cosa que ara és absolutament impensable. Ara estariem al jutjat per cada cosa que dèiem, perquè en dèiem de molt bèsties. Eren coses basades en la veritat i lleugerament manipulades, però allà es denunciaven grans històries. Acollonàvem el personal públic i privat, a tot déu. Ara, això és absolutament impensable, però hi havia una llibertat molt gran per fer-ho tot. I la veritat és que jo crec que érem força valents.

I quan va canviar, això?

Amb la crisi econòmica. La crisi econòmica fa que les empreses comencin a passar-ho malament, i que comencin a veure que segons quines coses és millor que no es toquin per no fer mal. Quan es passa de l'època dels anuncis a l'època dels patrocinis: en aquest país, és molt complicat ficar-se amb la Caixa. O encara ara amb el Banc Sabadell. Hi ha gent que ho va provar i ho va fer, i jo mateix vaig estar molt de temps publicant i després fent columnes d'opinió... hi havia articles de gent que tocava els collons, i els publicàvem, però hi havia pressions molt dures, contra aquesta gent. Per part dels poders polítics també n'hi havia, però aquestes les aguantàvem més bé, però el poder econòmic era el pitjor. Quan comences a tocar els nassos al poder econòmic, arriba un moment en què aquest és tan hàbil que aprofita les teves debilitats econòmiques per marcar-te línies, o com a mínim

línies vermelles que no has de trepitjar. I llavors, els mitjans hi cauen. I els que no hi cauen, acaben essent referents molt petits, molt polititzats, que tampoc tenen excessiva credibilitat. Però que des dels grans mitjans, en un moment determinat, es va començar a anar molt amb compte a l'hora de tocar ulls de poll, això és veritat. I, desgraciadament, continua passant.

Creu que es va passar de la censura que explicava abans durant el franquisme a l'autocensura, marcada per tots els condicionants polítics i econòmics?

El pitjor període del franquisme no va ser quan va haver-hi censura formal, sinó quan va entrar en vigor la Llei Fraga. Perquè la censura, senzillament, t'impedia parlar de segons què. Llavors, t'ho *tatxaven* i ja no sortia. Però quan entra en vigor la Llei Fraga, és aquella cosa que tu publiques però després poden anar a per tu. I en base a això, és quan el règim destrueix alguns diaris. I aquests, no només els tanquen, sinó que en dinamiten la seu. Físicament. Una cosa increïble. Alguna revista d'aquí també la van tancar, fent allò una mica com amb l'Al Capone. No la podien tancar perquè anaven molt amb compte amb les coses que publicava, tot i que era un mitjà força valent, sobretot per la gent que hi col·laborava, que era molt valenta i tocava els nassos i tal. La van tancar, teòricament, perquè van dir que hi havia gent que hi treballava més hores de les que tocaven i que per tant havien d'estar donats d'alta al règim de la seguretat social. La van tancar amb aquesta excusa, i tres anys després el Tribunal Suprem va permetre que es pogués tornar a obrir. Per tant, buscaven aquestes coses, però almenys tu sabies al que t'enfrontaves. Però amb la "Llei Fraga" es va posar de moda el que es diu l'autocensura: davant d'una cosa perillosa, no la publiquem per no tenir problemes. I hi ha molta autocensura en els mitjans en aquests moments. També, jo crec... no és que a les redaccions no hi hagi tan bona gent, perquè la gent està més preparada ara que en la nostra època, però en aquella època hi havia molta més plantilla. Jo tenia persones a qui podia destinar quinze dies a fer un tema, i en quin diari passa això, ara? Passa molt poc. Per tant, jo crec que el nivell és més baix, i que el dia a dia t'atrapa, i aquest és un altre tema que si vols en parlem: els gabinets de premsa, les notes de premsa, les històries i les *tonteries* que ens ofeguen. D'aquells diaris en què havíem de sortir al carrer a buscar informació perquè si no no teníem res. En canvi, ara hi ha allò que et quedas a la redacció a triar les coses que t'envien i els temes com el "copiar i enganxar", que això ha fet molt mal a la professió.

El fet de tenir poca gent a les redaccions ha obert la porta a aquest “copiar i enganxar”?

Totalment. Som menys a les redaccions i tenim un tipus de feina diferent. Jo també seria crític: crec que en aquests moments també hi ha un determinat tipus de periodista més “comodón” que en aquell moment, i que fa horaris. En aquella època no hi havia horaris i ara, en algunes redaccions, hi ha horaris i hi ha gent amb molt poca empenta. Això és veritat. Una altra cosa és creure'ns les notes de premsa: no comprovem el que ens diuen, per tant, ens poden colar qualsevol història. Abans, durant uns anys, la teoria, que potser era exagerada, era que res que t'arribés dels ajuntaments, del govern, del govern espanyol, de la Diputació... t'ho havies de creure. Ho havies de posar absolutament en dubte. Ara, s'ha anat a l'altre cantó: tot el que t'envien és veritat, es dona com a cert i es publica com a veritat, i no tot ho és. I un altre tema: les rodes de premsa sense preguntes. Quan un polític diu que el castellà està perseguit, per què cap periodista surt i li diu que això és mentida? No preguntem, pel que sigui: perquè anem molt de bòlit, perquè tenim molta feina, perquè no convé al nostre mitjà... I després hi ha una altra cosa que per a mi també és terrible, que és que el mitjà ha caigut víctima de l'etiqueta que porta, i llavors, en funció de l'etiqueta... abans jo diria que també tenien etiquetes, però hi havia molta més llibertat per preguntar i per fer. Ara, hi ha la sensació que amb els teus no t'hi pots posar i que t'has de posar només amb els altres. És la sensació que alguna vegada he intentat explicar: si et mires un diari i hi estàs en tot d'acord, malament; això és que el diari no està ben fet. No pots estar d'acord amb tot el que llegeixes: els diaris, els mitjans de comunicació, haurien de provocar el debat de la gent, haurien de publicar coses que van contra, fins i tot, la seva línia editorial. Haurien de ser més valents. Tot això ha caigut. Per què, per mandra? Segurament. Però sobretot perquè hi ha molt poca gent i molta gent en precari.

Com creu que afecta la precarietat a les redaccions?

Hem tornat a un estadi molt anterior, i a un estadi desconegut: jo vaig començar a treballar quan alguns periodistes encara treballaven als ajuntaments o al govern civil als matins i a la tarda feia informacions d'allò mateix. I ara ens trobem que més de la meitat dels nostres periodistes estan treballant, i gràcies que poden fer-ho, en llocs que no treballen pel periodisme ni per la veritat sinó per l'interès de qui els paga: els gabinets de premsa. I mira, encara els gabinets de comunicació poden fer la seva feina, però tota la gent que

treballa a la Generalitat, els ajuntaments i tal, no treballa pel benestar comú, sinó per tractar bé la persona que els paga. I això és terrible.

Un dels temes que més preocupava als periodistes, segons l'enquesta, era la proliferació d'informacions que en realitat són patrocinades. Creu que és una pràctica molt estesa?

Aquestes grans empreses s'han adonat que ja no en feien prou controlant la informació, diguem-ne, perquè des d'un punt de vista de poder econòmic no només podien evitar que els diaris publicuessin segons què, sinó que a més podien advertir si no els agradava el que publicaven. Però llavors han passat a l'estadi de directament fer publicitat encoberta; i això ho fan, pràcticament, diria que tots els diaris. Abans, això era impensable. Abans hi havia el publireportatge, que el primer que feia era posar a dalt de tot "Publireportatge". Llavors, la maqueta era totalment diferent, la tipografia era totalment diferent, els títols eren absolutament diferents... i per tant allò es veia que era una publicitat. Ara, això ha desaparegut. Les tipografies no són ben bé iguals, però s'assemblen molt i porten a l'engany. I això ho fan tots els diaris per necessitats econòmiques i perquè no hem pogut dir no, que és el que s'hagués dit abans a una cosa d'aquestes. Però és clar, com pots dir que no a segons quines empreses que et suposen un tant per cent dels teus ingressos anuals? És complicat. Jo crec que s'hauria de dir que no... des del món del periodisme hauríem de dir que no; des del món de l'empresa és més complicat. Perquè hem tornat a un moment que, igual que passava als anys 70, les empreses estan molt marcades pels poders econòmics, si no són directament propietat dels poders econòmics. O estan enganxats pels bancs, tot i que probablement ho farien igualment encara que no estiguessin enganxats. I això va passar en moments determinats, quan va haver-hi tota la crisi de les caixes d'estalvis... no es va publicar tota la veritat, però tampoc es va defensar un model de caixes que, segurament, des de la perspectiva del territori s'hauria d'haver defensat.

En els darrers anys s'han polaritzat molt les línies editorials dels mitjans de comunicació, tant a Catalunya com Espanya. En el cas de la seva empresa, per què es va fer aquesta aposta per una línia editorial en concret? Per cobrir una quota de mercat, per ideologia....?

Jo crec que el nostre cas només es pot entendre des del procés de fusió que vam fer amb un altre diari. És a dir, nosaltres veníem d'una tradició esquerranosa, d'una total llibertat

per publicar, d'un tipus d'informació molt centrada en el territori... i ells venien d'intentar fer un gran diari, però sense els mitjans per fer-lo. Llavors, en el moment que es fa això, es perden bous i esquelles, perquè es perden tots els subscriptors que es tenien a mitges, tots els subscriptors individuals i tal. Fins que arriba un moment que, amb la brutal crisi que va haver-hi els anys 2008, 2009, 2010 i 2011, el diari, també amb el canvi de director, vol ser molt més polític, d'acord amb la situació del procés. Llavors, es posiciona en un dels dos costats del procés, claríssimament. I a mi això em preocupa, perquè fins llavors el nostre havia estat un diari molt obert a tothom. Segurament els del PP i Cs no hi estarien d'acord, però era un diari que anava molt obert, des de Convergència a Iniciativa, i que havia defensat temes molt esquerranosos. En canvi, a partir de llavors passa a portar una etiqueta de diari independentista i molt lligat, diguem-ne, al procés. Jo crec que això és un error, però segurament, des d'un punt de vista de supervivència econòmica, li ha servit perquè sigui així. No és una decisió del propietari, això ja t'ho puc assegurar, malgrat que és un home que milita a Convergència. De fet, jo crec que el propietari no voldria un diari tan marcat, sinó que seria més "convergent", per dir-ho d'alguna manera. En canvi, és la pròpia direcció del diari qui l'ha portat fins aquí amb el tema que ara en diem "el procés" i que en aquells moments era "l'independentisme", i que ja ve tot molt marcat. Recupera el "Catalunya vol viure en llibertat" que venia del 1992, de les detencions dels independentistes, quan el nostre diari en aquell moment no era independentista, sinó que era un diari d'esquerres que lluitava per les llibertats. Aleshores, s'aprofita una mica tot això, i com que aquí també hi ha d'haver lluita per les llibertats, perquè s'han vulnerat drets de la gent, i s'ha vulnerat el dret al que pensa la majoria del poble de Catalunya... en certa manera, ens ha servit d'excusa. Però sí que és veritat que el diari porta una etiqueta. I que els diaris portin etiquetes i que els les posi la gent, és així, però en aquest diari és veritat que ells mateixos s'han declarat independentistes, per tant... jo crec que això també ha expulsat una part del que podia ser el teu públic. El que passa és que clar, això entra dins del context de la crisi de la premsa, en què tots els mitjans baixen i ningú puja.

A vostè, a l'hora de fer la seva feina, aquesta línia ideològica l'ha influït o li ha suposat algun problema perquè vostè hagués fet les coses de forma diferent?

Jo crec que, en el que és informació, no ens ha afectat excessivament, perquè s'ha seguit fent el diari amb el mateix model que hi havia abans: contrastant les coses, donant veu a tothom... però bé, quan dones més veu a uns i menys als altres sempre fas una tria. Però

per exemple, és evident que el nostre diari, en aquests moments, ni PP ni Ciudadanos se'l poden sentir seu, perquè no els hem donat veu. És a dir, més que anar-los a la contra, no se'ls ha donat excessiu joc, perquè el que defensen va contra les idees del diari. Jo crec que el nostre tampoc és un diari partidista, malgrat el que diguin, en el sentit que ni és del PDeCAT, ni és d'Esquerra, ni és dels comuns, perquè hi ha molta gent que té diferents ideologies. Jo crec que, a l'hora de fer el diari, això no ha influït. Però és clar, jo crec que en un diari influeix molt la portada que fas i la línia editorial que mantens. És a dir: jo crec que els treballadors no s'han sentit malament en aquest tipus de món perquè ja era majoritàriament el seu, perquè a l'hora de fer la informació no se'ls han marcat regles, no se'ls ha dit "s'ha de parlar malament d'aquell i bé d'aquest". No és això, sinó que ja ve donat. En canvi, sí que és veritat que llavors la línia editorial, la línia d'opinió... hi havia molta gent que se sentia incòmode publicant a les nostres pàgines i ha deixat de publicar-hi, no tant perquè se'ls hagi fet fora sinó per decisió pròpia. A veure, és cert que al diari hi publica moltíssima gent que no és d'aquesta línia independentista, però sí que és veritat que amb la tria d'articulistes, amb la tria de grans temes que fas, de dir: "Va, anem a analitzar això i fem una macroenquesta", se li ha marcat una etiqueta que fa que allò sigui volgudament independentista. Però jo crec que la gent que treballa al diari no s'hi ha trobat incòmode, o en tot cas, no s'hi ha trobat ni més ni menys que la que es puguin trobar en altres mitjans. Informativament, la línia no se segueix, sinó que on s'ha marcat molt més en les portades i editorials.

És compatible tenir una línia ideològica marcada amb fer bona informació?

Sí, jo crec que es pot fer, si tu ets honest. Una de les paraules de les quals abans parlàvem, quan vam començar tot això i teníem l'idealisme al cap, és que els periodistes han de ser objectius. No, no. Els periodistes han de ser honestos, i no han d'enganyar a ningú. Jo crec que es pot seguir fent i es fa bona informació i bones entrevistes i bona opinió encara que la línia del diari tingui un caràcter molt determinat. Cada mitjà té la seva... jo crec que es pot fer bona feina periodística i honesta en un mitjà encara que aquest mitjà tingui una etiqueta.

Vostè, com a cap de redacció, qui tenia l'última paraula del que es publicava? Vostè, el director, el propietari...?

En els anys que he treballat al diari hem tingut de dos propietaris clars, i mai se'ns ha donat una ordre directament des de la propietat. Això pot semblar bèstia, però llavors pots

dir: intuïem nosaltres per on anaven les coses i sabíem per on tirar? Doncs podíem intuir-ho i fer-ho, però jo crec que no ho fèiem. Durant els anys del primer propietari, les seves dues úniques preocupacions eren com collons érem capaços de donar malament els resultats del Vilobí, sabent que era el seu equip, i per què no enganxàvem les prediccions del temps. Bàsicament era això. Jo, en aquest sentit, mai vaig tenir cap pressió. A més, durant tots els anys, excepte els últims, havíem tingut consells externs de control, que eren gent molt diversa i de molta diversa ideologia política. Això també et marcava molt, perquè tu sabies que cada quinze dies o cada mes es valoraven tots els temes que sortien, i això ens va ajudar molt. Teníem consells editorials molt amplis, on havíem arribat a tenir cent i pico persones. Però des de la propietat, mai se'ns va marcar cap línia. Llavors, quan nosaltres manàvem, perquè jo vaig manar durant un temps, la línia venia marcada des de la redacció i el problema, entre cometes, és que ens vam anar fent grans, i com a grans ens vam anar fent moderats. I com a moderats, diguem-ne, valoràvem més les repercussions que poguéssim tenir. Però jo defensaré que el meu diari va ser sempre molt lliure i molt obert en gairebé tot.

Es van trobar amb grans problemes?

Home, sí, com l'any 1992, quan hi va haver tota la *redada* dels independentistes. Nosaltres ens vam quedar absolutament sols durant els sis primers dies denunciant les tortures, les detencions... no parlo dels *tios* que agafen amb bombes, sinó de tota la *redada* posterior que hi va haver i de tota la gent que va quedar detinguda. Hi érem nosaltres, hi era una revista, i pràcticament ningú més. Després, al cap de vuit o deu dies, quan l'alcalde havia reaccionat a Girona, quan el president de la Generalitat va dir "això no pot ser", després s'hi va afegir altra gent. Però els primers moments vam estar molt sols. Després vam muntar el concert de "Catalunya vol viure en llibertat" l'any 1992, i vam convidar pràcticament tots els diaris del país a ser-hi, i evidentment, excepte els molt marcats de Barcelona, tots els altres van ser-hi i es va fer una cosa molt unitària. Per tant, el que està passant ara ja havia passat llavors: és a dir, detencions indiscriminades en funció només del pensament i amb tortures incloses i amenaces de greus penes de presó. Allà jo crec que nosaltres vam ser molt valents, i crec que ara hem tornat a ser-ho, juntament amb molts altres mitjans, però el resultat és aquest. Ordres de propietat? Jo diria que no va haver-n'hi mai. Que nosaltres sabíem que en algun moment ens podien dir des de dalt alguna cosa? Potser sí, però jo crec que, estant a les direccions del diari,

he arribat a publicar moltes coses no en contra de la ideologia del diari, sinó en contra dels interessos privats dels accionistes majoritaris.

Deia que amb el temps s'han fet moderat. En quin sentit?

Moderat per edat. Ens hem fet grans.

El fet de tenir hipoteques, fills, responsabilitats... els ha influït?

T'hauria de dir que no, però és que sí. Quan jo vaig entrar en aquest ofici, a finals dels 80, teníem un punt suïcida amb les coses que fèiem. No ens importava jugar-nos-la, perquè crèiem que ens l'havíem de jugar en moltes històries, com allò que t'he explicat dels abocaments de la fàbrica. Ens van portar a judici i ens demanaven uns diners que haguessin obligat a tancar el diari. I jo crec que políticament el diari va estar sota l'amenaça socialista, que se'l volien carregar quan després va passar allò de l'*Egunkaria*. Jo crec que aquí van tenir la mateixa sensació, però el que passa és que aquí van veure que hi havia una força molt important a darrere i gent molt diversa. Però bé, tot això se n'ha anat en orris. Jo penso que se segueix fent periodisme valent contra el poder polític, i ens hem tornat excessivament moderats contra el poder econòmic.

I quins efectes té, això?

És dolent.

Si el diari no està bé a nivell econòmic, això també repercuteix en les condicions laborals dels seus treballadors.

Quan érem més joves, durant els anys 80 i 90 del segle passat, i fins i tot durant els anys 2000, la sensació era que, si per alguna raó et tocava rebre, trobaries feina en un altre lloc. Però a mesura que et vas fent gran, t'adones que això no és exactament així i que pot haver-hi problemes. Jo no estic dient que ara els periodistes siguin més porucs i tal, però sí que és veritat que per la manera de fer, perquè som molt menys, perquè no d'això.... arriba aquella cosa de dir: "Ostres, si he de posar-hi la banya, i quedar-me sol, i rebre tantes hòsties, potser no val la pena". I això és terrible, per al periodisme. Però és el pa de cada dia. Jo crec que això afecta molt. Les pressions ara venen per motivacions econòmiques, no per motivacions polítiques. Contra motivacions polítiques t'hi pots rebatre, contra motivacions econòmiques és més complicat.

Creu que amb unes millors condicions de treball a les redaccions es faria més bon periodisme?

Sí. Segur. Si tinguéssim més periodistes i cada periodista tingués més temps per poder treballar, les informacions sortirien millor i podríem fer una cosa que se n'ha parlat molt i que ara no existeix gaire, que és el periodisme d'investigació. És el que et deia: aquella època en què podies agafar un *tio* i tenir-lo quinze dies treballant un tema, s'ha acabat. Nosaltres fèiem un periodisme local, i per tant, les nostres motivacions també eren locals. Nosaltres investigàvem, per exemple, per què a Campdevànol els regidors de l'Ajuntament no es podien veure entre ells. O per què hi havia els embolics que hi havia a Maçanet de la Selva, que són els mateixos que ara, i anaven a *hostia limpia*. Podies entendre d'on venien les històries, em refereixo a això. O abans, per publicar una informació com la que vam publicar en aquell moment, dient que una fàbrica havia deixat anar no sé quants milers de litres d'àcid al riu, és evident que hi foties tres o quatre persones, i parlaves amb moltíssima gent. Quan feies una cosa d'aquestes era perquè sabies que la podies fer, encara que haguessis de reservar-te les fonts. Ara, pensar de dedicar tres o quatre persones a un sol tema durant tres dies, és molt complicat, perquè els diaris no tenen aquesta gent. Crec jo. Em puc equivocar, però jo crec que no hi són.

Com valora, actualment, les condicions laborals del periodisme?

Dolentes, són dolentes. Tot i això, els mitjans de comarques mai han arribat al que havia estat el periodisme de les grans ciutats, en aquest cas, al nostre referent de Barcelona. És veritat que va haver-hi un moment en què els diaris van guanyar molts diners, igual que les ràdios i la televisió, i va haver-hi gent que tenia sous increïbles. Això continua passant? Sí, sí, sí. Hi ha gent, com els que fan els programes líders d'audiència, que cobren molts de cèntims, però això no és la mitjana del periodisme. Els periodistes de comarques han cobrat sempre molt menys, és a dir, jo diria que els bons sous que hi podia haver a Girona en les èpoques bones, eren la meitat o la tercera part dels que tenien en les mateixes condicions els que treballaven en diaris de Barcelona. I ara, això s'ha agreujat moltíssim. Sobretot per la base. S'han anat retallant les condicions, i què cobren els redactors? I nosaltres parlem dels diaris, que estan molt malament, però encara hi ha llocs on estan pitjor. Hi ha llocs on cobren 800-900 euros per jornades senceres, i a vegades fins i tot amb cap de setmana. Els sous de comarques, per a un redactor deuen estar pels 1.300 euros, i un cap de secció per 1.500, i un cap de redacció per 1.900. És a dir, que les

condicions, en aquests moments, són molt precàries i han fet que molta gent hagi dit: “No val la pena, per tant, me’n vaig, faig el meu horari, tinc els mínims problemes possibles i me’n vaig”. Això va contra el periodisme, però és real com la vida mateixa.

És el que deia abans: pensen que no val la pena “posar-hi la banya” i quedar-se sols.

Exacte. I per tenir problemes, pensen: “Millor no m’hi poso”. Jo crec que això passa. I malgrat tot, els nostres diaris han fet investigacions i han destapat temes que han estat bé, però costa. I el poder econòmic ho té tot molt controlat. Ho tenen controlat no perquè siguin bons, sinó perquè el propi periodisme s’ha aplicat l’autocensura i davant de determinades coses diu: “Bé, esperem”. Després hi ha hagut històries que s’han acabat publicant, però costa. Costa molt.

Per tant, com valora que han evolucionat les condicions de treball des que va començar en la professió fins ara?

Jo que vinc del 1974... arriba un moment que milloren, i milloren molt, i arriba un moment en què comencen a degradar-se i la degradació és total i absoluta, i no ha parat encara. Per tant, jo crec que ja des dels anys 2000, les condicions són molt més penoses: no entra gent nova, no només no es milloren les condicions laborals sinó que es retallen, hi ha hagut unes retallades brutals, molt importants, i la sensació diguem-ne de poder guanyar-te la vida millor dins del propi mitjà és cada vegada més complicat. Sí que hi pot haver ofertes de diaris de Barcelona, allò que dèiem i tal, però són poques i amb unes condicions que no milloren les que hi ha aquí. Perquè els grans mitjans, en què el redactor se n’anava a 3.500 cap amunt... tot això s’ha acabat.

Creu que, en aquests moments, és més difícil que en la seva època, fer una carrera en el món del periodisme?

Sí. És més difícil perquè és difícil entrar: no dic pas que no s’hi entri, però és molt més difícil entrar i és molt més difícil ascendir. També és veritat que hi ha una “generació tap”, que segurament és la meva. Nosaltres ens queixàvem d’una “generació tap” abans de la nostra, però ens la vam carregar. Era la generació que hi havia quan va arribar la democràcia, als anys 70 o 80: eren un seguit de periodistes que venien d’una manera de fer de la dictadura que, de sobte, amb les llibertats, s’esberla, es trenca. I llavors això fa que una generació, que és la meva, que són els que tenen la meva edat i potser cinc anys més, perquè potser jo vaig ser una mica avançat en edat a tot això, ocupi les redaccions

en un moment en què potser encara no ens tocava. I és clar, jo soc redactor en cap amb 30 anys. Abans, quan jo vaig començar... el diari tenia un director i un redactor en cap. I si eres un gran diari, potser hi havia un subdirector al mig, però era això. I el redactor en cap manava la redacció, tenia caps de secció... llavors hi havia uns criteris per anar pujant, que devien ser periodístics però que també anaven relacionats amb l'edat. Però això ens ho carreguem, la nostra generació. I ens trobem que, amb 30 anys, i amb alguns directors interposats que en tenien unes miques més, ocupem el poder. Per tant, som gent que portem trenta i pico d'anys al poder, i ens hem fet grans amb el càrrec, I això és molt dolent, perquè vam arribar molt aviat i ens resistim a marxar. Llavors, això ha fet que a darrere nostre hi hagi una o dues generacions que s'han hagut de buscar la vida fora. Per tant, nosaltres vam trencar el "tap" que teníem, però ens hem convertit en un altre "tap". Per tant, és molt diferent. La meva generació, per bé o per mal, està desapareixent, i el que passa és que ens trobem que hi ha gent molt formada però un pèl desenganyada a sota, i això jo també crec que és un problema. I gent que no ha manat mai i que s'ha trobat amb aquests, i que per tant s'haurà d'enfrontar a tot això. Però això no necessàriament és dolent: si els que puguen són bons, ho milloraran i ho trencaran tot. Jo crec que nosaltres vam ser una generació que va fer deu passos endavant, però que en els últims anys n'hem fet cinc enrere.

En quin sentit?

En el sentit de les llibertats, de la trempera periodística, de buscar les pessigolles absolutament a tothom... en aquest sentit vam fer deu passos endavant, però amb el temps ens hem acomodats i per tant hem deixat millor la professió de com la teníem, segur, però això no vol dir que estigui bé, sinó que hem de continuar avançant. I això ho haurà d'agafar la generació com la teva, dels trenta i pico. La generació dels 50 és la que va quedar "tapada".

Una generació que haurà d'agafar noves responsabilitats però que potser no tindrà les condicions laborals que va tenir la seva.

No les tindrà. A veure, hi haurà gent, per exemple... si tu ets una estrella de la ràdio, cobraràs molts calés per a tot. I aquí hi ha una altra cosa: nosaltres vam viure el *boom* de la creació de la ràdio i televisió públiques catalanes, que va donar lloc a una quantitat brutal de llocs de treball, però també és veritat que es van fer amb unes condicions gairebé de funcionaris públics, amb unes condicions de control d'horaris que crec que van fer

molt de mal a la professió, perquè van burocratitzar la feina o la van convertir en feina de funcionari, amb tot el respecte per la que fan. I són unes condicions que no tenen res a veure amb les de preu de mercat. Per tant, és evident que, amb el que està passant en el periodisme, les diferències entre pública i privada són brutals, exagerades, inadequades.

I quines són les conseqüències d'això?

Hi va haver molta gent per sota la meua generació que se'n va anar als mitjans públics, perquè els pagaven molt més per fer menys feina. Ara perquè s'ha trencat una mica, però durant molts anys, el que passava a la televisió pública era un autèntic escàndol. A més, els periodistes que estaven allà eren els funcionaris, treballaven de vuit a tres i els caps de setmana hi havia les productores. I els periodistes de les productores, que cobraven molt menys, eren els que feien la feina. Això ara s'ha acabat i els funcionaris han de fer la feina; que es queixen molt, però amb tots els respectes, crec que encara és molt allunyat del que fan els mitjans privats.

Quins creu que poden ser els efectes per a la informació, i per tat per a la societat, el fet que estigui produïda per uns treballadors que, en bona part, estan precaris?

És complicat. Generalitzar sempre és dolent. Jo crec que es fa pitjor informació ara de la que es feia abans, hi ha menys voluntat d'obtenir exclusives, però això és també degut a la manera de treballar aquesta que t'atabalen a rodes de premsa, amb notes de premsa... et donen un excés d'informació amb la voluntat que, com que tens tanta feina a triar el que t'arriba, no et puguis dedicar a rascar una mica i a pensar en el que acabes publicant. Jo crec que això es nota molt en els diaris; hi ha un gran control econòmic de la informació que s'està donant en aquests moments. Però no és que senzillament t'hagin comprat, sinó que t'han sabut donar les claus per fer-ho. Abans, no sé: hi ha la famosa anècdota aquella d'un periodista a qui el va intentar comprar una empresa d'aigües, i li van enviar un sobre amb un taló de 100.000 pessetes, de manera que el van intentar comprar directament. I ell va dir: "Vaig anar a cobrar el xec, evidentment, i immediatament ho vaig publicar als diaris i els vaig *cardar* un pal". En aquella època es veia molt això, la gent que feia periodisme treballava per a les empreses o els mitjans als quals havia d'investigar. No és cap secret, encara que mai ningú ho ha volgut dir, que quan el primer alcalde democràtic va entrar a l'Ajuntament de Girona, es va trobar amb una llista de periodistes que cobraven sobres. I a la Diputació exactament igual. Per tant, jo no mitificaré aquells temps, perquè eren dolents, però sí que hi va haver uns espais de llibertat, amb els anys

que van venir després, que ara no tenim. Jo crec que ara, la gent... la generalització és dolenta, insisteixo, però crec que la gran majoria de periodistes ara agafen el periodisme com una feina i no com una forma de vida. I nosaltres havíem agafat el periodisme com una forma de vida i no com una feina. O no només com una feina.

Creu que ara no hi ha la mateixa voluntat de sacrifici que anys enrere?

No hi ha la mateixa voluntat de sacrifici ni, segurament, les mateixes condicions per poder-ho fer. Perquè tu abans et podies encaparrar amb una història i la tiraves endavant, i ara en canvi és molt complicat de fer.

Com veu el futur del periodisme?

Ara mateix, dolent. El periodisme sobreviurà, perquè una societat sense periodisme no és democràtica ni és lliure. Per tant, jo crec que el periodisme trobarà la manera de sobreviure. Una altra cosa és que la gran majoria dels que ara es diuen periodistes acabaran fent comunicació, que jo crec que és una altra cosa, no és fer periodisme. Per tant, el futur del periodisme el veig complicat perquè haurà de lluitar molt contra tot el que vindrà. Però jo crec que n'hi acabarà havent, si no és amb els diaris, amb els digitals. Jo crec que l'experiment dels diaris digitals que hi ha ara permetrà que hi hagi un periodisme franc tirador, en el qual gent valenta acabarà fent petits mitjans de 8, 10, 15 persones. No hi tornarà a haver redaccions de 700 i 800 persones com hi havia hagut, sinó que seran més petites, però que hi haurà llibertat. Llavors, haurem d'esclarir la manera com la gent que rep la informació sàpiga discernir el que és comunicació o propaganda directa del que és informació i estigui disposada a pagar-la. Jo crec que, al final, la societat acabarà decidint que una part molt petita del que guanya, una part, haurà d'invertir-la en mitjans que no sé si seran diaris, ràdios, televisions, mitjans digitals o no sé què collons seran, però que decidiran que val la pena pagar una part per mantenir uns mitjans que no diguin només el que el poder vol que diguin. Per tant, en aquest sentit soc optimista, però els bons temps de grans mitjans no tornaran. Perquè tot el que sigui gran estarà mediatitzat pel poder, no tant polític com econòmic.

I què passarà amb les condicions laborals dels periodistes? Tenen marge de millora, podran recuperar-se...?

És complicat. Jo crec que hi haurà menys periodistes i en un primer moment no crec que estiguin més ben pagats. Perquè és complicat. Però tampoc estaran més mal pagats, perquè és impossible: està tot molt malament i molt prim.

Quin paper creu que han de jugar associacions, col·legis i sindicats de periodistes a l'hora de defensar tant la professió com les seves condicions laborals?

En un Col·legi de Periodistes en el qual la col·legiació no és obligatòria, és molt complicat. El Sindicat de Periodistes fa un paper, però sempre he pensat que els sindicats són una cosa diferent de les organitzacions col·legials, i que els sindicats obeeixen més a la seva existència a factors econòmics que no de control deontològic de la professió. Jo crec en el Col·legi, en la forma que sigui. També hi ha el fet que la titulació no sigui obligatòria per poder exercir la professió, cosa amb la qual jo no puc estar d'acord perquè si no no hauria pogut entrar-hi, però crec que sí que es necessita una formació universitària, no necessàriament de periodista o de ciències de la informació, però sí certament una formació universitària per fer aquesta feina. I en aquest sentit, jo crec que el Col·legi té un paper de control bastant important. També és veritat que, en aquests moments, aquest control no sabem com exercir-lo, però jo crec que ha d'existir, i si no existís s'hauria d'inventar. Però jo crec que hauria de ser una mica més valent. Amb el marge que dins del Col·legi hi ha gent que pensa de maneres diferents, hauríem d'intentar-lo despolititzar totalment, però al mateix temps ser molt contundents amb les defenses de la llibertat de premsa, la llibertat d'expressió i les intromissions per tal que la gent faci la seva feina. Per tant, hauríem de ser molt més contundents amb aquestes agressions. Jo crec que la despolitització del Col·legi t'obliga, per exemple, a estar a primera línia contra el feixisme. I per tant, si s'ha d'anar contra algunes organitzacions polítiques que són feixistes, s'hi ha d'anar. I que hi ha d'haver també un concepte de defensa del codi deontològic per damunt de tot, de la manera que sigui. I una altra cosa és que el Col·legi de Periodistes no es pot convertir en un sindicat, crec jo... una cosa és defensar el dret dels periodistes a treballar en condicions dignes i l'altra és que entri a fer de sindicat. Per això han d'haver-hi els sindicats.

C.5 Transcripció entrevista “Alba”

Com van ser els seus inicis en el món del periodisme?

De fet, vaig començar a treballar quan estava estudiant la carrera de Periodisme a la UAB. Vaig fer els quatre anys i al cinquè curs em quedaven només dues o tres assignatures, i aquell any vaig començar a treballar a l'Ajuntament de Valldoreix, al costat de Sant Cugat. Allò eren com unes pràctiques dins de la universitat, que podies fer en el teu últim any. Alhora, també vaig començar a col·laborar a les tardes en una ràdio local, on feia unitats mòbils, reportatges i tal. També vaig estar treballant en una productora, on anava dos dies a la setmana a fer d'ajudant de producció d'un programa. Valldoreix es va acabar i llavors em va sortir la feina en una emissora de ràdio a Barcelona, on feia la producció d'un programa que feien al migdia, entre les dues i mitja i les quatre. Aquella va ser com la meva primera feina més seriosa, perquè fins llavors el que havia fet eren col·laboracions, pràctiques... I arran d'estar a la ràdio treballant per aquest programa, va ser quan em va sorgir la feina de Girona, perquè una noia que estava fent informatius a Girona va plegar i em van dir si volia venir. I vaig dir que sí.

Eren remunerades, les col·laboracions?

Sí, totes. Però molt mal remunerades. Recordo que a la ràdio local em pagaven, per exemple, cent euros al mes. I a Valldoreix crec que eren 300 o 400, no gaire més. A l'emissora on vaig començar a treballar cobrava una mica millor, però tampoc no gaire més: potser 800 euros, una cosa així.

Tenia contracte?

Sí, sí. Era amb contracte, perquè primer vaig signar el contracte de Barcelona i després el de Girona, que eren com diferents. En canvi, a la ràdio local on havia estat abans no tenia contracte, sinó que eren col·laboracions, i a la productora et feien contracte per obra i servei, de només un dia. I a la productora sí que cobrava bé: no me'n recordo ben bé, però crec que com a auxiliar de producció cobraves 150 euros al dia o una cosa així, de manera que ja et sortia bé.

Quan va trigar, a poder començar a viure del periodisme?

En vaig començar a viure bé quan vaig venir aquí, a ocupar la plaça de Girona, perquè fins llavors havia estat fent col·laboracions. Bé, quan estava a Barcelona és cert que tenia la ràdio, les col·laboracions i la productora, i sí que en podia viure, perquè entre les tres ja em quedava arregladet.

Havia de treballar, però, per tres mitjans per poder viure.

Sí, això sempre. Llavors, quan vaig tenir la plaça de Girona ja vaig poder començar a viure més bé, perquè treballava a la ràdio i col·laborava amb el suplement de comarques gironines d'un diari. I llavors, entre la ràdio, on cobrava mil euros, i els 200, 300 o 400 euros que em treia amb el diari, ja anava bé.

Al diari on col·laborava, però, no estava amb contracte.

No, exacte. De fet, el de la ràdio ha estat l'únic contracte que he tingut a la meua vida com a periodista.

I quant de temps va durar?

Tres anys i mig, fins que van tancar la ràdio [riu].

Llavors, vostè és autònoma per vocació, o perquè l'hi van conduir les circumstàncies?

Ho soc per necessitat. De fet, va ser el 2011 que van tancar l'emissora de Girona. Llavors vaig estar dos anys col·laborant amb una altra ràdio, i sí que m'anaven fent contractes: ara una substitució de tres setmanes, ara de dues setmanes, ara tenia un mes i ara m'ho ampliaven a tres mesos més... i va ser el 2013, quan portava dos anys pujant i baixant de Barcelona, sense saber quan treballava i quan no, ara aquí i ara allà... vaig dir prou i vaig començar a buscar feina. I en aquesta recerca de feina, em vaig haver de fer autònoma perquè no vaig trobar cap feina fixa, sinó que només em van sortir col·laboracions temporals i parcials. I és clar, l'única manera que tenia de facturar legalment aquestes feines era fer-me autònoma. I de fet, recordo quan me'n vaig anar a donar d'alta, que li vaig dir a l'home: "Bé, espero d'aquí tres mesos o quatre donar-me de baixa", i han passat sis anys [riu]. És que ho tinc clavat, li vaig dir: "Si tot va bé, d'aquí quatre o cinc mesos ja em dono de baixa".

Per tant, la seva intenció era que la seva etapa com a autònoma fos temporal.

Totalment. Vaig pensar: “No trobo cap feina completa, m’han sortit aquestes col·laboracions, de moment tiro per aquí i després ja veurem”. Però és veritat que vaig entrar a la roda i ja no n’he sortit. També per com m’ha anat la vida, i també és cert que durant aquest temps he rebutjat un parell de feines fixes.

Per què?

Una va ser en un mitjà digital, perquè m’obligava anar a viure a Barcelona. Això va ser fa un parell d’anys, i jo ja tinc aquí la meua caseta al poble. A més, ja he viscut també molts anys a Barcelona, i venia d’una època de dos anys d’estar pujant i baixant d’allà... la feina de producció que estava fent m’encantava, però no podia més amb la ciutat. Llavors vaig dir que no sobretot per això, perquè m’implicava anar a viure a Barcelona. I també vaig rebutjar una altra feina perquè era en una empresa de comunicació, que és un sector que no m’agrada, i em va fer por agafar un contracte i acomodar-me. Quan ets autònom és més fàcil: donar veus, preguntar si saben de feines, poder col·laborar aquí, poder col·laborar allà... però si ja agafes una feina, tens uns horaris i uns dies de feina concrets, després ja és més difícil trobar feina de periodista, que és *lo meu*. En aquell moment tenia diverses col·laboracions, i vaig dir: “Doncs prefereixo continuar”.

Va prioritzar la seva vocació per davant d’unes condicions més estables?

Sí. Això sempre ho he prioritzat. I de fet, sempre ho he pensat. Si em dediqué a la comunicació, viuria millor en tots els sentits: econòmicament, personalment, quant a horaris, condicions, tot. Però clar, a mi el que m’agrada i el que em fa trempar és el periodisme.

Ara porta sis anys com a autònoma.

Sí. L’abril de 2013 em vaig donar d’alta d’autònoms, i durant aquest temps no ho he deixat. Només vaig deixar de ser-ho quan, durant dos anys, vaig estar treballant en el món de la producció de televisió. Durant aquells mesos em van contractar les dues productores per a qui vaig treballar, però només per temporades. Aquells mesos sí que em vaig donar de baixa, però després he tornat a donar-me d’alta.

En aquest temps, diria que han millorat o empitjorat, les seves condicions com a autònoma?

Mira, depèn. Jo el que he notat és que hi ha molta diferència tarifària en funció de si treballes en el món de la comunicació, la producció de televisió o el periodisme. En comunicació tens unes condicions laborals molt bones, i jo no he notat diferències al llarg d'aquests anys: en general, sempre són bones i és un sou que està bé. No per tirar coets, però generalment bé o molt bé. En producció de televisió també et solen pagar bé o molt bé, però en periodisme, el sou decau moltíssim. I en aquest sentit, per exemple, el diari amb el qual vaig col·laborar entre 2008 i 2011 pagava molt bé, i en canvi ara sé que han reduït a la meitat o menys el que paguen per peça. En general, en el món del periodisme, les tarifes s'han rebaixat molt. Perquè és clar, com que es troben que tenen un munt de gent que els ho farà, és igual el sou que posin. Però sí, en general és diferent del món de la televisió, que també ha baixat però no tant, i la comunicació corporativa, que en general està molt ben pagada.

Té la sensació que, si no agafa una feina, la farà algú altre per unes condicions molt pitjors?

Sí, clar. La sensació és que som 400 persones per fer una mateixa feina, i que per tant tu acabes acceptant aquestes condicions, que a vegades són deplorables i fins i tot il·legals. Per exemple, en el món del periodisme hi ha molt de fals autònom. A amics meus que són lampistes o paletes, jo els parlo de les meves tarifes i em diuen: "Però tia, què m'estàs dient?". Un lampista, sigui el que sigui el que vingui a fer, només d'entrar a casa ja et cobra 50 euros. I el diari, per la peça més curta et paga 50 euros, i jo penso: no, no, no és comparable. Però és clar, hi ha moltíssima gent a l'atur i que és molt bona, i quan estàs a l'atur o sense feina, estàs disposat a agafar el que et donin.

En el seu cas, ha rebutjat algun cop tarifes per ser massa baixes, les ha pogut negociar o ha hagut d'acceptar el que li venia?

Jo he hagut d'acceptar moltes vegades el que em venia, i només he pogut rebutjar algunes coses en aquests últims anys. Només quan he tingut altres coses amb què menjar he pogut dir que no. Per exemple, estava treballant en una ràdio com a falsa autònoma, i quan em va sortir la corresponàlia del diari, la vaig poder deixar. Però inicialment a la ràdio vaig acceptar les condicions que m'oferien, que eren absolutament infravalorades: cobrava 750 euros bruts com a falsa autònoma, treballant sis hores al dia de dilluns a divendres, més un cap de setmana al mes de guàrdia. Jo sabia que aquesta feina estava molt per sota de les meves capacitats, perquè a més jo ja portava nou anys treballant de periodista... i

penses, ostres, amb la meva experiència i a aquest preu... però ho vaig haver d'agafar. Això sí, quan em va sortir la col·laboració amb el diari, ho vaig poder deixar. Per tant, jo he pogut rebutjar algunes condicions d'aquestes quan he tingut per menjar, però quan no n'he tingut les he agafat i donant les gràcies.

Ha tingut més on escollir a mesura que ha anat portant més anys en la professió?

Depèn. Com que jo he anat entrant i sortint de la roda... per exemple, quan vaig tornar a treballar com a periodista a Girona, venia de dos anys treballant en el món de la producció a Barcelona. Llavors, quan et vols tornar a introduir en el periodisme de Girona ho tens difícil, primer perquè hi ha molt poques vacants, i segon perquè costa tornar a entrar a la roda, ja que quan hi ha alguna vacant els periodistes ens ho diem entre nosaltres, i llavors és més difícil. Jo vaig tenir la sort que em va sortir una col·laboració amb un diari digital aquí Girona, i arran de començar aquesta col·laboració vaig tornar a entrar a la roda, i quan a la ràdio van necessitar algú me'n vaig assabentar, i llavors amb l'agència de notícies... això fa que vagis tornant a entrar. Si no, és molt més difícil que pensin en tu. És una professió en què les ofertes de feina no surtin publicades: a l'Infojobs ni de broma, però és que moltes vegades ni tan sols al Col·legi de Periodistes, arriben, sinó que quan hi ha una vacant ens ho diem entre nosaltres. Almenys a Girona i Barcelona, que és el que jo conec. Va així, preguntes a la gent del teu voltant. I quan saps d'una feina, o d'una col·laboració.... Ho dius als teus amics i coneguts que hi puguin estar interessats.

Creu que el fet de ser autònoma afecta, d'alguna manera, la seva forma de treballar?

Sí, és clar. Per una banda, t'afecta molt en la teva vida personal, i per l'altra, afecta sobretot als temes que fas. Per exemple, a mi al diari em paguen per la llargada dels caràcters de la peça que em demanen. Llavors clar, hi ha molts dies que estic perdent diners. Influeix moltíssim. Hi ha molts dies que acabo perdent diners o no guanyant-ne, perquè com et deia, a mi em paguen per la llargada de la peça. Què passa, moltes vegades? Doncs que a primera hora del matí comptes amb una peça que ha de ser una pàgina. Llavors, al migdia, passa alguna cosa i es converteix en mitja. I és clar, moltes vegades em menjo la feina que he hagut de fer i acabo cobrant la meitat del que havia calculat. Perquè a vegades has fet moltes entrevistes i al final no et serveix de res. Em passa molt, per exemple, a l'hora de cobrir els CDR: jo, amb aquestes mogudes, acabo treballant 12 o 15 hores al dia i facturo 75 o 100 euros, que és el màxim, perquè una pàgina són 100 euros. I una altra cosa és que et paguen només per la peça escrita que publiques al diari,

però durant tot el dia, durant les mobilitzacions, tu vas passant informacions pel minut a minut: vas escrivint, o vas enviant vídeos, i això no t'ho paga ningú. Representa que tot això està inclòs en els 75-100 euros que acabes facturant per aquella feina. Això fa que, moltes vegades, òbviament acabis desmotivats. O per exemple, el dia de les càrregues del 6 de desembre. Aquell dia vaig pensar: "Què faràs, hi aniràs a les vuit del matí total perquè no t'acabin comprant res?". Vaig passar de matar-m'hi, i m'ho vaig perdre. Però vaig pensar: "Això no m'ho pagarà ningú, estic farta de treballar posant jo els diners o perdent diners". I t'ho perds. Aquell dia em vaig cagar amb tot, però al final, no pots. O la roda de premsa que hi havia a Cadaqués: ja vaig calcular que tinc una hora i quart fins a Cadaqués, la gasolina, i si al final em compren una peça de 60-75 euros... llavors ja no et surt a compte. A vegades ho fas, però sí, afecta molt negativament.

Si no es desplaça, d'on obté la informació? Ho fan els companys des de Barcelona, a través de la nota de premsa, trucades...?

Sí, a vegades això també és una perversió. Si ells veuen alguna cosa que surt per agències, ja ho agafen d'agències: com que l'agència ja la paguen, no els costa diners, i com que jo sí que els costa diners, si han de fer un breu, ja ho agafen d'agències. I jo, en dies com ahir a Cadaqués, haig de tirar de telèfon. En el cas de la roda de premsa d'ahir no passa res, perquè ja vaig parlar amb l'advocat i amb un altre membre de l'associació i ja ho tens fet amb dues trucades. Però clar, hi ha coses que així no pots fer-les. Per exemple, les manifestacions dels CDR: per molt que tinguis un contacte amb els del CDR, per poder informar has de ser-hi, per nassos. Hi ha temes que hi has de ser i no ho pots fer per telèfon. Jo penso que, si no hi vas, perds molt de veure la zona, assabentar-te bé de la moguda... tot això, vulguis o no, acaba influint negativament a la informació que acabes oferint. Completament.

A l'hora de buscar temes propis, aquestes condicions de treball l'influeixen?

Sí, moltíssim. Perquè aquesta és l'altra: jo, per exemple, tinc dos temes que fa un munt de temps que els tinc allà, que els estic treballant, i m'hi puc posar dues hores cada dues setmanes. Perquè com que no tens horari, no tens res fix, i és molt difícil planificar-te. No pots dir: els dilluns, dimecres i divendres, de 9 a 11h, em dedicaré a treballar aquests temes més a fons. O a buscar temes. No tens temps. I a més, a vegades et trobes que fas entrevistes o busques temes que al final no et compren i és clar, tu aquella feina te l'acabes menjant amb patates. És molt difícil treballar temes en profunditat, d'investigació, i allhora

acabes també perdent diners, perquè a vegades treus coses i et diuen: “no els interessa”, o “és que anem molt plens”, o al principi et diuen que sí i al final acaba essent que no...

Quins diria que són els avantatges i inconvenients de ser autònoma?

No sé si és un avantatge o no, però a mi, una de les coses que m'agrada de ser autònoma, i més quan ets corresponsal de les comarques gironines, és que faig coses molt diferents: un dia estic fent una cosa de cultura, un altre dia de successos, un altre dia informació local, un altre dia faig la problemàtica dels talls de llum... i també m'agrada molt que voltes molt pel territori: un dia estàs a Ripoll, l'altre a Cadaqués... a mi m'agrada aquesta llibertat i diversitat de temes, que fa et moguis molt i coneguis moltes realitats diferents. Bé, tot té avantatges i inconvenients, perquè la gent que s'especialitza en una secció o una temàtica domina un munt d'aquella temàtica, i en canvi, quan vas “picotejant” d'aquí i allà t'és més difícil establir fonts, fer contactes... però per a mi, aquesta és un dels avantatges. Totalment. Llavors, també, el fet que tens força llibertat. Quan parlen de manipulació, jo sempre dic que tinc la sort de treballar en un diari i ser corresponsal, i l'avantatge és que confien molt en tu. No et canvien res, no t'influencien, no t'intenten manipular, sinó que tu dius: “Això va per aquí o això va per allà”, i et canvien molt poca cosa: són més aviat temes formals, o lingüístics, o que aquesta frase no s'entén i és millor construir-la així... però al final no acabes tenint pressions de cap tipus, perquè tu ets la coneixes el territori, tu saps quina és la problemàtica, i t'ho compren. Llavors, aquesta és la sort.

Està, com si diguéssim, “especialitzada” en les comarques gironines.

Exacte. Llavors, ningú s'assabenta del que passa a comarques gironines i confien molt amb tu. I això també és està molt bé, treballes amb molt poca pressió en aquest sentit. Quan fas política a Barcelona, tens un munt d'ulls que t'estan mirant i t'estan controlant; quan ho fas des d'aquí, no.

Nota més llibertat ara que la que tenia quan estava treballant a l'emissora de ràdio a Barcelona?

Sí, sí, molta més. Una cosa és la gent que està a la redacció del diari a Barcelona, que sé que allà tenen més pressions i més mogudes, però a comarques gironines és diferent. També per aquesta mentalitat que hi ha a Barcelona, de “són les províncies”, “és lo de poble”, “és lo local”... ho consideren una informació més de “segona”, i els és una mica

igual el que diguis. Llavors, l'avantatge és que des de Girona treballes amb plena llibertat. En canvi, si treballes a Barcelona sols tenir més directrius, sobretot en funció dels mitjans on treballes. Per exemple, recordo que quan treballava a la ràdio a Barcelona va haver-hi el rescat a la Generalitat. Doncs el primer dia no ens deixaven dir que hi havia rescat a la Generalitat, tot i que òbviament tots els diaris obrien amb el titular de “Rescat a la Generalitat”. Però allà dins hi havia l'ordre que no es podia dir. També hi ha hagut mitjans que han tingut pressions amb l'expressió de “presos polítics” o “polítics presos”. Hi ha mitjans que no poden dir-ho, i jo, per exemple, al diari tinc sort que no entren en això. En canvi, a l'agència, quan parles de referèndum, sempre et fan parlar de “*referéndum ilegal*”. Són més directrius d'aquest tipus.

A l'agència rep més directrius i pressions que al diari?

Al diari no n'he tingut cap, en aquest any i mig que hi porto. Cap. Un dia sí, bé, em van fer anar a cobrir una exposició només perquè a un cap de redacció li havia encantat, però és una xorrada. En aquest sentit, cap pressió. En canvi, a l'agència, sí. Tot el tema de “presos polítics”, que són “líderes independentistas encarcelados”, o “los políticos presos”, el “referéndum ilegal o suspendido por el Tribunal Constitucional”... coses com aquestes sí, s'ho miren molt, sobretot tot el que té a veure amb les informacions relacionades amb el procés. Ho has de fer rebaixat i concís.

Aquestes directrius arriben, sobretot, amb temes polítics, o també a altres seccions com cultura o societat?

A l'agència, les úniques directrius que he rebut són les referides al procés independentista: fos la fiscalia que denuncia l'alcaldeessa, que l'alcaldeessa s'emprenya amb el delegat del govern... és igual, en tot el que tingui a veure amb el procés independentista i el que ha passat en els últims dos o tres anys, sí. En la resta, res.

Això, en algun moment, li ha suposat un conflicte ètic a nivell personal?

Si vols que et digui la veritat, amb l'agència... sé que no hauria de ser així, però se me'n refot en el sentit que la informació que publico no va signada, soc un número, i alhora aquesta informació va altres mitjans. Està mal fet igual, però el que passa és que jo l'agència reconec que me la prenc molt com... sé que és políticament incorrecte, però com una feina de *negrero*. Què vols que et piqui, això? Doncs et pico això. És com quan faig publireportatges: què vols que et digui, això? Doncs això. I així és com me la prenc,

perquè com que jo no surto signant la peça i no haig de donar explicacions... que m'enganyo a mi mateixa, i sé que és una contradicció, però és veritat que amb l'agència passo i amb el diari, no. Amb el diari, em plantaria. Si haig de signar i donar la cara amb el que surt... no, llavors no cediria. Però jo sempre dic que tinc dos grans avantatges: una, que tinc una caseta de lloguer que el dia que no la pugui pagar agafaré les maletes i marxaré, i l'altra és que tinc una família que un plat a taula i un llit me'l poden garantir. Llavors, jo puc fer el punki, jo puc dir que “no” a feines i plantar-me.

En quin sentit?

Jo puc ser punki perquè, en el pitjor dels casos, jo no acabaré mai sota d'un pont, o no deixaré uns nens sense menjar. En el pitjor dels casos, me'n torno a viure a casa els meus pares i això és el pitjor que em pot passar. Per tant, puc ser punki, perquè només jo en pagaré les conseqüències: no tinc cap hipoteca i no deixo cap deute a ningú, i alhora no tens una família, uns fills, que paguin aquestes conseqüències, i que no puguis fer això o comprar allò altre perquè tu has decidit deixar la feina. Per mi, això és un avantatge i això et dona moltíssima llibertat. Molta, molta.

Abans comentava que ser autònoma també tenia conseqüències a nivell personal.

Quines són?

La primera, que no pots quedar amb la gent: no pots fer plans a mig o llarg termini, has de fer plans el dia i pel dia. No tens dies lliures, no acabes desconnectant mai. La perversió de treballar per peça fa que tu, els set dies de la setmana, estiguis pendent les 24 hores del dia de què passa i què no, perquè com que el teu menjar depèn de la quantitat de peces que venguis, ets la primera que t'interessa estar al dia i alerta de tot el que passi per si hi ha alguna història que puguis vendre. Per tant, no desconnectes en els 7 dies ni en les 24 hores. No tens vacances. No tens dies lliures, no tens hores lliures. Això que la gent et diu: “No, avui tinc el dia lliure”, o “a aquesta hora ja he acabat de treballar” o “encara no he començat el meu horari”... tu, tot això no ho tens. Òbviament, tampoc tens pagues extremes. Però el pitjor és no poder fer plans. No puc dir: “D'aquí a tres setmanes me'n vaig a passar un cap de setmana fora”. Perquè, com que depens del que cobres, jo no m'arrisco a marxar fora un cap de setmana, que em suposi una despesa de 200 euros i que just sigui un cap de setmana que hi ha una moguda que em suposaria un ingrés de cent. Llavors, per culpa d'això, no acabes fent vacances, no acabes fent dies lliures, no acabes marxant... i clar, és una putada a nivell personal, ho notes molt. I llavors, evidentment,

intentos fer un curs, de dansa, de ioga, o estudiar alguna cosa, el que sigui... no pots, perquè saps que un dia pots i l'altre no podràs... no et podràs comprometre a res. Ho he notat molt, sobretot, durant aquests dos últims anys treballant al diari, que no et pots comprometre a res. Els meus amics n'estan farts, que digui: "Vindré", i a última hora digui: "No tinc". És una putada.

A més, ha estat un període que, en si mateix, ha estat complicat de feina, amb el procés.

Sí. Els últims tres anys, informativament han estat molt intensos, especialment tot el que té a veure amb el procés. El 2017, jo me'n recordo que tot just acabava de començar al diari i vam empalmar els atemptats amb el procés, 1 d'octubre i post-1 d'octubre. Va ser non-stop.

De les seves condicions de treball: sou, inestabilitat, horaris... quina diria que és la que més la preocupa?

No desconnectar, si vols que et digui la veritat. Jo això ho noto: que necessito desconnectar, i necessito descansar. No és sa estar connectat les 24 hores els 7 dies a la setmana. I trobo molt a faltar tenir dies lliures, tenir hores lliures i poder-me dedicar a un temps a mi, a la meua gent i a la meua família. Això personalment, és el que més trobo a faltar. També, lògicament, les condicions econòmiques, perquè cada cop que la gent té paga extra, tu plores, o quan la gent fa vacances tu també plores. Però el pitjor és això, no poder desconnectar. N'estic tan farta... el mòbil, hi ha tantes vegades que el llançaria... estic farta d'haver-lo de portar sempre a sobre i, si et quedes sense bateria, ja estàs patint per si passa alguna cosa i no te n'assabentes, o et trucaran i no et trobaran... i aquesta angoixa és el que no pot ser.

Li agradaria tenir contracte i una situació més estable?

Sí. Reconec que ara m'agradaria una opció intermèdia: per mi, l'ideal seria continuar treballant com faig ara pel diari però amb un sou fix, una tarifa plana. Que em diguin: "Et paguem una quantitat al mes", si vols com a autònoma, ja t'ho accepto, i jo et cobro el mateix cada mes. A mi, el que més em mata és no saber què cobraré cada mes, perquè no és el mateix cobrar 800 o 1.300 euros, i tu amb això t'has de buscar la vida, perquè les despeses mensuals les tens igual, i per la quota d'autònom pagues 300 euros igual, tant si factures 800 euros com si en factures 1.500. Llavors, clar, les condicions econòmiques

les vas trampejant com pots, però ja et dic, el que més trobo a faltar és poder desconnectar, tenir un dia lliure i poder estar 24 hores desconnectada del món. L'ideal per mi seria poder continuar treballant pel diari però pactant una tarifa plana i uns dies lliures. A mi no em fa res treballar els caps de setmana, però que després entre setmana em pugui agafar un dia o dos lliures. El que passa a vegades és que treballes el cap de setmana i després ho empalmes entre setmana. Després, és cert que potser al cap de tres setmanes hi haurà dos dies que et podràs agafar la tarda lliure, però com que mai ho saps, no pots aprofitar aquelles tardes per fer un pla i dir: "Com que dimecres no hi ha res previst a la tarda, aprofito i me'n vaig". I jo, perquè soc molt patidora: sempre em llevo al matí i em vaig connectant, i estic pendent, i penso "i si me'n vaig i ara passa alguna cosa?". Jo pateixo molt, ho reconec, soc molt patidora. És culpa meva [riu].

El fet que cada dia hagi de "vendre" els seus temes, i que a més les feines s'aconsegueixin amb el boca-orella, li posa una pressió extra a l'hora de fer bé la seva feina?

Sí, totalment. I et suposa també més pressió d'intentar buscar coses diferents. Per exemple, amb el tema de successos: hi ha una altra agència que té molt bones fonts, i sempre tenen un munt de detalls. Llavors, amb què em trobo jo? Que si no tinc una informació diferent a oferir, o una informació pròpia o exclusiva, el meu diari ho agafa de l'agència. Perquè per repicar jo el que diu l'agència, ja ho fan ells i no els costa diners. I juguen una mica amb aquesta perversió: si la peça ha de ser molt curta, ja s'ho fan ells i no em paguen els 50 euros. Llavors, clar, a tu això també t'influeix, perquè tens una pressió. I a vegades això et fa anar com un desesperat buscant coses diferents, per intentar a veure si et compren a tu la peça i no l'agafen d'agència. Sí, és una merda.

I què fa, en aquests casos? Buscar més fonts, més detalls, anar sobre el terreny...?

Sí, és això. Em sol passar sobretot amb el tema de successos, perquè per la resta de temes ja tinc la meva agenda i vaig fent. Llavors, en tema de successos, el que intento és anar sobre el terreny i trobar fonts que t'expliquin coses. Però clar, a vegades et trobes que si parlant amb veïns... i a mi aquest rotllo ja no m'agrada... a vegades em toca anar darrere dels veïns, que si familiars, que si no sé què... un succés vol dir que hi ha hagut un assassinat o una desgràcia, i tu has d'estar allà tocant la moral de la gent? O com a Ripoll amb els atemptats, que tothom n'estava fart, però a vegades has de fer coses que no et

venen de gust perquè si no no tens informació, i has de tenir coses que no tinguin la resta de mitjans perquè si no no t'ho compren.

Quins són els dilemes ètics que es troba més sovint en la seva feina?

A mi, el que em costa és intentar explicar a la gent el que està passant. Que sembla molt obvi, però explicar-ho d'una manera coral, sense que es pugui percebre el que tu penses o no penses d'aquell tema, i que ho facis d'una manera justa i honesta, i alhora entenedora i que al diari els agradi. Perquè aquesta és l'altra: jo soc molt dolenta, titulant, i faig titulars com molt clars, molt obvis, i molt avorrits. I sempre em diuen: “Dona, aquí li has de trobar la punta”. Llavors, trobar aquest equilibri de tot, moltes vegades és difícil. Però jo crec que els dilemes morals me'ls trobo més amb els successos. Amb els polítics no tant, perquè ho fas, però amb els successos em passa molt. Ens passem. Quan passa una desgràcia, sembla que perdis tot el teu dret a la intimitat i a la privacitat. I llavors, de cop, tots ens convertim en aus carronyeres intentant anar a la víctima per arreplegar el que puguem. En aquests moments em sento com una au carronyaire intentant arrencar el meu tall per poder menjar. I llavors això sí que és una putada. I de fet, successos és un dels pocs temes que, si ho agafen des de Barcelona, aplaudeixo, faig una festa i me n'alegro molt. Quan m'han preguntat: “Vols que ho agafem?”, jo sempre he dit: “sí”. Perquè a mi, aquests temes no m'agraden gens. A més, soc súper avorrida cobrint successos: no entro en detalls, explico només el que ha passat i no la manera com ha passat... A mi m'afecta quan comencem a explicar detalls, perquè penso que no cal. Ara estic pensant, per exemple, en la nena de Banyoles: saps que és una menor d'edat, i sort que al meu diari són molt curiosos amb aquests temes, però veies gent publicant les fotos d'Instagram, o traient conclusions que perquè li agradava el *heavy metal*... i tot això no cal: aquesta nena va matar la seva mare, sí, però això no treu que sigui menor d'edat i que tu no puguis estar publicant les seves fotos així com així, esbombant els detalls de la seva privacitat i de la seva família. De cop, aquell dia, vaig saber què feia la nena, el pare, la mare, quan s'havien separat, a què es dedicava el germà, on vivia i que anava cada dimecres a sopar a casa la mare. Que són una sèrie de detalls que no caldrien, no tindríem per què saber-ho. Però és clar, has de donar detalls i has d'omplir. Perquè aquesta és l'altra: quan ha passat alguna cosa molt bèstia, et diuen que el diari li ha de dedicar tota una pàgina, però és clar, a vegades resulta que no tens informació per omplir tota una pàgina, o per omplir 3.500 caràcters, i amb 1.500 ja has dit tot el que havies d'explicar... i és clar, t'has

d'espavilar com puguis per omplir aquells 2.000 caràcter més, de manera que entres en una espiral de perversió.

Perquè, a més, com més extensa sigui la notícia, més cobrarà.

Sí, exacte. Però jo, per aquestes coses de successos, prefereixo que em donin un breu. En aquest cas, seria: “Han trobat una dona morta i la nena és la principal sospitosa”. Punt. Crec que no hem de saber res més.

Té marge, com a periodista, per dir “fins aquí arribo i fins aquí no”, o l’apreten per publicar detalls que li semblen massa sensacionalistes?

No, clar, des de Barcelona a mi només em diuen: “Tens tants caràcters”. A vegades sí que em pregunten si dona per molt o per poc, però normalment ells et diuen: 3.000 caràcters, o 1.500, i llavors tu t’ho has de menjar. L’altre dia em va passar amb el tema dels abusos i el Bisbat: jo havia fet la nota amb el comunicat del Bisbat, que eren uns 1.500 o 2.000 caràcters si arribava, i de cop em diuen: 5.200 caràcters per l’endemà. I jo dic: què? Del *puto* comunicat de sis punts del Bisbat? I em van dir: “Però si tens tot el *background* de la investigació del teu company...” I jo: d’acord, collonut, però això t’ho diuen a les sis de la tarda, quan tu aquesta notícia ja l’havies fet al matí i t’havies planificat la tarda. Jo m’imaginava que seria el mateix que havia penjat al web, potser allargar-ho una mica, ajustar-ho i tal, però clar, de cop em diuen, a les sis de la tarda, que havia d’escriure el doble del que havia fet. I llavors clar, llegeix-te tota la investigació del company, que me l’havia llegit el dia anterior però com a lectora, no com a periodista, no apuntant i pensant que ho hauria de resumir. I clar, torna-ho a llegir i escriu els 2.500 caràcters, que penses: la mare que us va parir! D’un comunicat! D’acord que era un tema del diari, però... En fi, que normalment m’ho diuen des de Barcelona: tants caràcters. *I apextxugues.*

El fet d’estar fora de la redacció, la fa sentir una mica “satèl·lit”, a l’hora de participar en la presa de decisions?

Sí. Primera: als teus temes els donen molt poc bombo, perquè com que no hi ets tu per defensar-los, són els primers a caure. Són els típics que estan en nevera, i que et diuen: “S’havia de publicar aquest cap de setmana, però ha sortit no sé què i ha caigut”. I llavors et preguntes: és perquè els temes no són bons, o perquè tu no estaves allà a la redacció defensant-los? Aleshores, tens el dilema. Perquè el fet de no ser allà apretant, dient que “això ho hem de treure ja”... influeix molt. I alhora, també t’influeix molt perquè a la

redacció es produeixen canvis, o canvis en el criteri, i tu te n'assabentes de rebot un dia perquè tenen el detall d'explicar-t'ho, però no hi ha comunicació des de la direcció dels diaris cap als col·laboradors. Un exemple clar: abans, al diari, feies una versió per la web curta i ràpida, i després t'ho *curraves* pel paper de l'endemà. Ara ja no. Ara volen una versió per la web curta i ràpida, però després, l'ampliació ja volen que la posis al web tota maca i completa, i després ells ja ho posaran al paper. Doncs d'això me'n vaig assabentar un dia per causalitat. Ja feia una setmana o dues que ho feien, i a mi, pel que sigui, no m'ho havien dit. I un dia em van dir: "No, tia, recorda que ho hem de fer així". I jo vaig haver de preguntar: "Ah, que ho heu canviat"? I ells: "Ai, sí, que no t'ho hem dit?". O per exemple el 8 de març, que va haver-hi vaga i jo vaig treballar. És més, em van enviar a cobrir els premis Enderrock i després la meua peça no va sortir, perquè soc dona i aquell dia el diari va fer allò tan guai de deixar espais en blanc per les peces de dones. Em vaig *currar* una peça que no va sortir, perquè a mi ningú em va dir que aquell dia es feia vaga, i jo vaig treballar perquè soc autònoma i no sé què són les vagues... clar, ho fas i després no surt i dius: "Home, podríeu informar, d'aquestes coses". O per exemple, l'altre dia vaig llegir en un diari digital que el conseller delegat del meu diari havia plegat. Doncs ho vaig haver de llegir en un altre digital! En canvi, a la redacció sí que els van explicar que el conseller delegat plegava i que vindria una altra persona. O per exemple, el dia que vam treure el vídeo dels presos, el diari va reunir els redactors i els va vendre una moto, però almenys els ho va explicar. I jo en canvi me'n vaig assabentar pel mòbil! I en canvi, a vegades la gent et ve i et pregunta coses a tu, com quan van treure la publicitat del diari l'1 d'octubre. Et pregunten i et fan retrets a tu, i tu dius: "Però si jo soc autònoma, no en tinc ni idea i me n'he assabentat igual que tu!". Notes molt que estàs a cent quilòmetres, que tens unes condicions laborals diferents de les seves i que, com que ets una col·laboradora, et deixen allà tirada. És un detall, és una xorrada, però també et diu molt de la manera de fer del diari: no et conviden ni al sopar de Nadal. Potser no hi aniria, però almenys convidem-m'hi, no? Aquesta setmana ja els estic escrivint abans per preguntar-los: hi ha vaga o no? Perquè com que jo normalment me n'assabento quan ja ha passat, almenys saber-ho d'abans... Ja et dic: quan va passar tot el tema de la publicitat o tot el tema del vídeo, el comitè d'empresa té reunions a la redacció, però jo no me n'assabento. Jo no puc opinar ni dir la meua, perquè tot t'ho trobes ja fet.

El comitè d'empresa defensa els col·laboradors?

No sé... jo li vaig passar en un moment determinat a un membre del comitè d'empresa les meves condicions laborals, i no en va fer res. I sobretot, una cosa que trobo molt injusta és que el noi que fa esports aquí a comarques gironines, el fotògraf i jo tenim condicions laborals diferents. El noi d'esports té una tarifa plana, perquè així tot l'any cobra el mateix, hi hagi més futbol o menys, i pot fer un mes de vacances. I jo, per què no tinc aquesta tarifa plana? I el fotògraf cobra les hores que treballa, i cobra desplaçaments i dietes. Jo, en canvi, cobro per peça, no cobro per les hores que treballa. I no em paguen desplaçaments i dietes. Llavors et preguntes: per què aquestes diferències? Per què un té tarifa plana i a l'altre li paguen desplaçaments i hores treballades i a mi no?

Costa d'entendre.

Totalment. I això, en el seu moment, ho vaig explicar a un membre del comitè d'empresa, i ell em va dir: "Ostres, jo tot això no ho sabia, ho desconeixia, ja ho passaré". D'això en fa més d'un any, i no n'he sabut res més. A més, l'abril de l'any passat vaig anar jo mateixa a parlar amb la directora i el director adjunt per intentar aconseguir una tarifa plana i encara no m'han contestat, cosa que trobo lletgíssima. Per això, des del setembre, el diari per a mi no és prioritari. Ara sí, perquè no tinc res més, però quan em va sortir l'oportunitat de fer un programa de castells per a la televisió, vaig deixar el diari de costat. Perquè, a banda que em pagaven quatre vegades més, vaig pensar: "Prou, n'estic farta. T'he vingut a demanar de treballar només per a tu, i oi que tu no m'has ni contestat? Doncs a la merda, jo prioritzo altres feines". Llavors, he après a relativitzar. Sí que estic pendent del diari, però si arribo bé i si no també. Que voleu això? Molt bé. Que ho voleu ràpid, ja, i per web? Doncs m'ho has de pagar. Oi que tu no m'ho pagues? Doncs llavors no m'atabalis. Però és clar, a mi tampoc m'agrada haver de fer això.

Creu que, si tingués unes millors condicions laborals, faria millor la seva feina?

Jo sempre ho dic... si estigués en tarifa plana, faria molta més feina! És que a mi també el que em mata és que m'haig d'estar buscant la vida: ara haig de fer un dossier per no sé qui, ara em truca un altre a veure si li puc fer no sé quin altre favor... llavors, això són coses que són molt difícils de planificar o de preveure. Perquè, a més, tu a vegades calcules que l'endemà podràs dedicar tot el dia a fer allò o fer allò altre, i de cop peta no sé què i tot el matí que tenies planificat per fer una altra feina se te'n va en allò. Si em pogués dedicar només al diari, seria diferent. Un dels motius pels quals també vaig dir de fer tarifa plana era tenir la possibilitat de treballar temes en profunditat i temes propis.

Perquè és clar, no tens temps d'anar a fer un cafè amb la gent, que és la manera com pots treure temes. Entre la teva feina del diari i les feines que t'has d'agafar per poder arribar a finals de mes, la sensació és que has de produir, produir i produir: ara això, ara això altre... tinc la sensació que no arribo enlloc i no acabo de fer res bé. És allò que diuen: qui molt abraça, poc estreny. Doncs tal qual. A mi a vegades em fa la sensació que estic fent sis feines, però totes les faig malament, perquè estic pendent de les altres.

Creu que això es reflecteix en la qualitat de la seva feina?

Totalment, i tant. No escrius igual si portes deu dies seguits treballant dotze hores al dia que si has pogut descansar i fet la teva jornada laboral de vuit hores o deu. En el món del periodisme és molt difícil tenir horari, però almenys la gent té dies lliures. Quan treballes, treballes, però almenys saps quan tens vacances i quan tens lliure, tens lliure, pots desconnectar de tot. I si no pots tenir aquests dies lliures, això t'influeix molt en la qualitat. I també a l'hora de cometre errors. Jo a vegades acabo la peça, i penso: "Ai, merda, has ficat això, t'has oblidat allò altre...". Jo també és cert que em menjo molt l'olla, però a vegades acabes i dius: "Em cago en tot, si hagués tingut un quart d'hora més... o no m'hagués estressat... m'hauria sortit molt millor".

Té temps de buscar més d'una font, o ha de treballar amb la primera que li arriba?

Ho intentes fer el màxim possible, però hi ha dies que no pots. Tu ho intentes fer, hi intentes arribar... però clar, al final som persones humanes. No som superherois i no podem fer miracles. Ho intentes, però la qualitat se'n ressent un munt. La prova també està en el periodisme que fem.

En la seva opinió, com està el sector del periodisme?

Fatal. Primera: abans eren els mitjans els que marcaven l'agenda, mentre que ara som nosaltres que anem darrere dels que ens marquen l'agenda. Només estàs pendent de les convocatòries de premsa que tens aquella setmana. Això per una banda. Per l'altra, sobretot, en l'àmbit polític, hi ha massa declaració contra declaració, que és on ja ens hem perdut. Perdem molt temps en dir què diu un i què ha respost l'altre. Òbviament, el periodisme d'investigació pràcticament ha desaparegut, perquè no tens temps. I a més, crec que els periodistes ens hem tancat massa a les redaccions. Abans, el periodista estava sempre al carrer, que és el seu lloc natural, on hauríem d'estar. En certa manera, els periodistes hauríem de perdre més el temps. És passejant pel carrer, fent cafès, parant-te

a badar davant d'alguna cosa... quan veus temes. Quan pots dedicar tota una tarda a mirar-te uns números o un informe, és llavors quan realment pots aprofundir i pots treure temes. Hauries de poder dedicar un matí a llegir els diaris i veure què s'està fent i què no, i llavors dir: "Val, què és el que faltaria aquí? Què és el que no s'entén del que ha passat?". Tot això et requereix un temps de reflexió, de parar, de mirar-t'ho, de contemplar el quadre sencer i dir: "Val, anem per aquí o anem per allà". Però ara avui no, avui anem a pinyó, som una fàbrica de producció de notícies, i estem obsessionats, almenys al meu diari, en ser els primers, ser els primers, ser els primers. Sempre dic que si dediquéssim la meitat del temps que dediquem a intentar ser els primers a intentar ser els millors, tot aniria molt millor. I jo em poso molt nerviosa també amb el *push*, que m'enviïn un *push*, l'obri i tingui dues línies.

Què és un *push*?

Les alertes del diari. Estan obsessionats: "Fem un *push*, fem un *push*!". I després amb les alertes: tens una alerta, l'obres, i tens només les dues línies que ja t'han dit en el titular. "Properament tindrem informació". Doncs no, a mi m'avises quan tinguis la notícia feta. No m'avisis quan a tu t'arriba, avisa'm quan tu l'hagis treballada. I ara hi ha segons quins temes que tots ens llancem a la piscina, perquè és clar, com que anem tant a cop de clic... t'interessa que tots els clics vagin a tu. Per això ho treus ja encara que tinguis només dues línies, però no ho has treballat, i no has parlat amb tothom, però és igual, tu ja ho has volgut treure. Llavors, estem entrant en una roda perversa, i amb una gran dependència dels clics. Perquè avui dia, tota la publicitat depèn d'aquests clics, i és clar, estem perdent el cul amb els clics, amb titulars de merda, titulars enganyosos... que només busquen el clic-bait. A grans trets, ens hem oblidat de quin és l'objectiu de la nostra professió i, sobretot, la raó de ser de la nostra professió. Perquè nosaltres treballeu pels ciutadans, però això se'ns ha oblidat, i treballeu per les nostres empreses, pels que em passen els temes, per no trepitjar ulls de poll, per no molestar a aquest, per fer-li la pilota a aquest altre... el periodisme crític, el periodisme incisiu, el periodisme que ho qüestiona tot... cada cop pot existir menys. Perquè és clar, quan punxes molt ja tens tots aquests queixant-te als teus caps, i llavors tu mateix ja t'autocensures, que és la pitjor de les censure. Quanta gent no fa preguntes per no molestar? I aquí Girona ho veus molt. Hi ha gent que es passa el dia netejant i menjant orelles. No fotem. Llavors sí, tothom els agafa el telèfon, però quin preu has de pagar? A vegades potser has de triar, que no tothom t'agafi el telèfon o fer temes que valguin la pena.

Creu que la precarietat limita els periodistes a l'hora de dir el que realment passa?

Totalment. I a sobre, això s'ha notat molt durant la crisi econòmica. Abans de la crisi, hi havia molta més rotació de periodistes. Ara no, i és el que et deia: jo entenc la gent que té família. Què has de fer? Per això et dic que la meva situació és una sort, perquè jo em poso en la pell del periodista que té tres fills i una hipoteca, i què ha de fer? Rebotar-se contra el cap o publicar allò que creu que s'ha de publicar? Perquè potser ja ha lluitat tres cops, i ja s'ha discutit tres vegades amb el cap, i pensa: "Ara m'haig de discutir una quarta vegada, arriscant-me que en el proper ERO em facin fora?". Això passa sobretot en mitjans escrits, que cada dos per tres tenen ERO sobrevolant les redaccions... quan tens un ERO sobrevolant la redacció, tu no et posaràs *farruco* amb un tema, o no lluitaràs un tema, o no li tocaràs els nassos a segons qui perquè tens tres fills i una hipoteca, i no pots obligar la teva família a anar a viure sota un pont. I jo entenc aquests periodistes, els entenc perfectament. Llavors, aquesta és la perversió: entre que saps que hi ha un munt de gent que ho farà, i aquesta necessitat que tu tens d'aquesta feina, que la necessites... no es pot. I més, sobretot, quan arribes a certa edat. La gent que té entre 45 i 65 anys... jo entenc que allà t'empasses els gripaus que faci falta, perquè què faràs? Als 50 anys et quedaràs a l'atur, i més essent periodista, quan ara tot el que hi ha som *millennials* i gent jove que et cobri 800 euros i et treballi quinze hores al dia? No, no pots. Ens hem pervertit.

Quin futur li veu, a la professió?

Ens hem de reinventar. Totalment. Hem de tornar als nostres orígens, ens hem d'apropar a la gent... hem de tornar a la nostra essència, per i per als ciutadans. I a partir d'aquí, fer-ho tot per als ciutadans, no per a la nostra butxaca i la nostra supervivència. Els mitjans de comunicació es van començar a pervertir en el moment en què es van convertir en un negoci, aquesta és la màxima perversió del periodisme. Jo crec que el periodisme no podrà canviar o millorar fins que no trobi una altra línia de finançament. En aquest sentit, tenim experiències noves, mitjans digitals que estan intentant no dependre de la publicitat i poder ser més lliures depenent només dels subscriptors. Els mitjans han d'anar cap aquí. Han de trobar una via de finançament que els permeti fer bé la seva feina. Mentre depenguem de la publicitat o de les subvencions, ja siguin directes o indirectes, no podrem fer una bona feina. Mai podrem treballar pels ciutadans, perquè la nostra supervivència dependrà que aquests que ens donen els diners ens els continuïn donant. Llavors, si jo aspiro que aquest em doni diners, aquest tema no el podré treure, o l'hauré de treure diferent, o hauré de fer un breu súper curt... és la perversió del periodisme. Llavors, el

futur del periodisme passa per trobar una altra via de finançament i alhora també per reinventar-nos com a professió tornant una mica als orígens. En aquest món que va tan ràpid, on tothom és capaç de dir què està passant a sota casa seva, la feina del periodista és més important que mai. Tothom pot veure que ha caigut una façana, però és el periodista qui t'ho ha de posar en context i dir: “És que aquí els veïns ja es van queixar que això cauria, perquè això va començar amb unes obres que es van fer allà darrere, que no es van fer bé, i això alhora no s'ha arreglat perquè els de l'ajuntament són amics dels promotors...”. El periodista t'ho ha de posar en context, i s'ha de posar en valor aquesta feina que fa el periodista de comprovar, contrastar i contextualitzar. I amb aquesta pressa que tenim de ser els primers i publicar alguna cosa, el que sigui, ens estem oblidant de comprovar i contrastar. Perquè això ja és escandalós, la de vegades que ens mengem merdes. Però jo crec que el futur del periodisme passa per aquí, hauríem de fer un *reset* i tornar a néixer, però òbviament això no passarà.

Vostè ha deixat mai alguna feina o col·laboració per haver tingut alguna enganxada “ètica” amb algun dels seus superiors, que digués: per aquí no hi passo?

He tingut la sort que no he hagut de deixar la feina, però sí que m'he plantat un parell de vegades. Una va ser quan estava a la ràdio a Girona. Havia de venir el ministre Trillo just abans d'unes eleccions municipals, devien ser les de 2011. El PP va començar a fer molta publicitat abans de la campanya electoral, i el CAC va posar una multa a la ràdio. Llavors van dir: “Doncs a partir d'ara la farem encoberta, aquesta publicitat”. Llavors, jo estava substituint el presentador del programa perquè ell estava de baixa paternal. I el director em va dir que li havia de fer una entrevista a en Trillo, i que havia de ser un massatge. I jo vaig dir: “No miri, jo no faig massatges”. I aquell dia m'hi vaig negar. El director em va dir de tot i jo també li vaig dir de tot, i li vaig deixar molt clar que jo no soc cap prostituta. Que no em venia a qualsevol preu. Pensava que em faria fora.

I què va passar?

Doncs que no em va fer fora. Va estar empenyat amb mi un mes, sense dirigir-me la paraula. I va haver de venir el presentador de la baixa paternal per fer l'entrevista aquesta, perquè jo m'hi vaig negar. Em va sorprendre que no em fes fora.

En aquell moment estava en contracte. Creu que això li donava més seguretat per rebel·lar-se, perquè sabia que els costaria més fer-la fora?

No. Crec que m'haguessin pogut fer fora igualment. Crec que, si no em van fer fora, és perquè el director és bon home, i perquè ell va veure que el que jo li deia era veritat, que èticament i moralment tenia tota la raó. Però clar, ell ha de quadrar uns números.

S'ha hagut d'empassar molts de gripaus?

No, jo he tingut molta sort i la veritat és que no. Va haver-hi el tema de la ràdio i el rescat de la Generalitat, que vaig dir que passava de dir-ho, i després el meu cap em va dir: "Sí, jo també passo", i vam trobar una manera de dir-ho sense dir-ho... a vegades es busquen fórmules imaginatives perquè tothom estigui content. Però jo he tingut la sort que no m'ha passat gaire sovint.

El seu futur personal dins del periodisme, com es veu? Es veu dedicant-se al periodisme com fins ara?

No. M'encantaria poder-me continuar dedicant-me al periodisme, però contractada. Sí, òbviament, no em veig fent cap altra cosa que no sigui el periodisme. Ja fa temps que ho dic: el periodisme és alhora la meva sort i la meva condemna, a parts iguals. És la professió que més m'agrada del món i la cosa que em fa trempar més del món mundial, però alhora és una professió que no em deixa tenir vida personal. O treballes, o tens vida personal. I a mi algun dia m'agradaria ser periodista d'algun mitjà públic, que cobren bé i tenen horaris.

La precarietat ha fet que es normalitzin situacions que en un altre context no serien normals?

Quan parlo amb amics meus d'altres professions, *flipen* de com els periodistes podem acceptar tanta merda. *Flipen* amb les nostres tarifes, amb les nostres condicions... em diuen: "Però, tia, com pot ser? Si has estudiat una carrera!". I dius: "Ja, i de què m'ha servit?". Jo sempre dic que és una de les carreres que no et serveixen de res, perquè jo tinc pitjors condicions que els meus amics paletes o lampistes. Per tant, sí que m'agradaria continuar treballant de periodista, però ho veig negre, negre.

Quin paper creu que juguen i han de jugar associacions, sindicats i col·legis de periodistes en la defensa de la professió?

Mira, si realment defensessin les condicions laborals, si realment treballessin per nosaltres, tindrien tot el sentit del món. Però és que estan totalment pervertits, perquè

resulta que les persones que en formen part són les que acaben imposant aquestes condicions laborals. I també són els típics que com que tenen tants amiguets... vivim en un país on no pots trepitjar ulls de poll i no pots molestar ningú, perquè si no ja et tanquen l'aixeta. Ara mateix, el Sindicat de Periodistes no sé ben bé què fa exactament, i el Col·legi de Periodistes es dedica a muntar sopars i cursets. Però no denuncien, no reclamen. Jo mai he vist el Col·legi de Periodistes anar a la direcció d'una emissora de ràdio i dir-los: "Què vol dir que el sou base siguin 850 euros?". O no han anat mai a una altra emissora a preguntar: "Què vol dir aquests dos falsos autònoms que encara teniu a la redacció de Girona?". Jo vaig fer una denúncia al Col·legi de Periodistes, i ha canviat alguna cosa? No ha canviat res. Perquè clar, com que els propis directius d'aquestes emissores formen part del Col·legi de Periodistes, no es pot molestar. I llavors ningú molesta. Si aquesta gent realment treballés per nosaltres, treballés per defensar-nos... o per exemple, fa dues setmanes, amb la detenció d'un fotògraf mentre treballava, com és que el Col·legi de Periodistes no va fer un comunicat a l'instant? I com és que el Col·legi de Periodistes no li va enviar un advocat al fotògraf perquè l'anés a defensar? I el mateix que va passar amb els periodistes de Mallorca, que els van requisar el mòbil i tot. Sí que van sortir a fer un comunicat al cap d'unes hores, però això ha de ser al moment. Has de donar una resposta contundent i fer una denúncia internacional. No estan allà per nosaltres, només estan allà perquè han de ser-hi i es limiten a fer-te recomanacions que pobre de tu que no vagis identificat com a periodista quan cobreixis una manifestació. Que aquesta també és una altra de les meves lluites: com és que el Col·legi de Periodistes no es queixa que els Mossos ens diguin on ens hem de ficar per cobrir les coses? Jo vaig anar a cobrir les armilles grogues a França, i sí, la Gendarmerie fot hòsties, però et deixa treballar on et doni la gana. I així és com hauria de ser. Però això, el Col·legi de Periodistes no ho fa.

C.6 Transcripció entrevista “Emma”

Per què va decidir cursar els estudis de Periodisme?

En el moment que vaig haver de triar carrera, va ser una miqueta per *descarte*, perquè no tenia clar què volia fer. En un primer moment volia fer Filologia, després em va passar pel cap fer Magisteri, després vaig pensar en Publicitat i Relacions Públiques, i al final la meva mare em va dir: “Però a veure, a tu què t’agrada?”, i vaig dir: “Periodisme”. I em vaig decidir. Vaig optar per Periodisme tot i que el meu pare al principi era una mica reticent, perquè ja s’imaginava que era un món que laboralment era una mica dur i és clar, tots els pares volen el camí més fàcil possible per als fills. I al veure que tenia l’opció de fer una altra carrera, complementar-ho amb Dret, ho vam veure tots més clar i vam dir: “Doncs vinga”. Però bàsicament, Periodisme per mi era molt vocacional. M’agradava molt.

El seu pare pensava en les sortides laborals. Vostè també?

Jo no. I de fet, ara, tampoc. M’és bastant igual, perquè prefereixo treballar en una cosa que m’omple i em fa feliç, com és el periodisme, que no pas treballar amb una cosa que laboralment m’ofereixi unes condicions millors però que no m’acabi d’omplir. Per exemple, al llarg de la meua vida he treballat en botigues de roba i cobrava millor que amb els contractes de periodista que havia pogut tenir, però jo pensava: “Cada dia de la meua vida hauré de venir aquí a aquesta botiga?” I em deprimia. En canvi, ara, en periodisme, tinc unes condicions que estaran millor o pitjor, però em veig tota la vida treballant en això. Perquè m’agrada.

Per tant, valora més la vocació que tenir un bon sou.

Exacte. I jo crec que la tinc, aquesta vocació.

Creu que els seus estudis l’ha preparat per al món laboral?

Sí. De vegades m’he plantejat si es podria substituir la carrera, per exemple, per un grau superior. Però jo estic molt contenta amb la carrera, perquè m’ha ajudat a tenir una visió molt crítica. Fins que vaig arribar a la universitat, jo era una persona que no analitzava res i m’ho empassava tot. En canvi, estudiar Periodisme m’ha ajudat a ser molt crítica, a

veure les diferències entre mitjans, què em pot explicar un i altre, com ho he de fer... a mi, la carrera sí que m'ha format bé. I amb el dret encara més: ens ofereixen molts coneixements rigorosos que es relacionen directament amb tot el que està passant avui en dia. M'ajuda a tenir una base més sòlida.

Quines creu que han de ser les característiques d'un bon periodista?

Jo crec que ha de ser, bàsicament, una persona que tingui la ment molt oberta, perquè la clau és trobar on és el problema de cada situació i saber-lo transmetre i explicar molt bé, mostrant totes les cares del conflicte. I el 90% de les vegades, el que he trobat no es corresponia amb les meves estructures de pensament. Llavors, per mi la clau és tenir la ment molt oberta i poder trobar totes les bandes d'un conflicte per poder fer un periodisme honest. Crec que aquesta és la clau: independentment del que tu pensis, de la teva ideologia, fer un periodisme honest. Deslligar-ho absolutament del que tu penses és impossible, perquè no som màquines, però cal ser honest i tenir la ment molt oberta.

Quan vostè pensa en l'ètica periodística, què li ve al cap: la seva consciència, codi deontològic, lleis...? Què és el que més la guia?

Sincerament, jo crec que el que em guia més el sentit comú de persona normal, per així dir-ho. Per exemple, no em passaria mai pel cap dir una cosa que és mentida o dir una cosa que és molt rebuscada i que no és realment el que ha passat. Llavors, potser sí que el codi deontològic és més com la teoria, però jo penso que això va una mica dins del saber fer de cada periodista. Jo penso en el sentit comú. Les lleis... bé, de lleis en periodisme n'hi ha poques: com a molt, un delictes contra l'honor, injúries, calúmnies, coses així... però no hi ha gaire més. Jo utilitzo molt el sentit comú i en el que està ben fet, però en línies generals.

Durant la carrera, els van fer reflexionar sobre aquests temes?

Bastant, en el sentit que ens posaven molts exemples de les aberracions que fan els mitjans com per dir: "Mireu que gros posar aquesta foto tan morbosa, o mireu aquest titular...". Llavors, també ens han fet adonar moltíssim del periodisme sensacionalista. Però de deontologia només vam fer una assignatura de quatre crèdits, durant un trimestre, no massa més. Trobo que sí que ens han donat unes quantes pinzellades, però tot i això, crec que on s'aprèn realment és en el dia a dia. Fins que no hi ets i no et trobes amb un conflicte ètic, tot el que t'hagin explicat a classe tampoc serveix.

Com van ser els seus primers passos professionals en el món del periodisme?

Durant el primer estiu de carrera, tenia un amic que també estava estudiant Periodisme i em va plantejar que anéssim a una revista local a demanar si hi podíem anar a fer pràctiques, de manera informal, per aprendre. A mi em va semblar una bona idea, perquè vaig pensar: “El primer any de carrera ha estat molt abstracte, de manera que vaig a veure si realment m’agrada el periodisme”. O sigui que vaig anar a la revista i em van rebre amb els braços oberts, i vaig treballar allà l’estiu de primer, de tercer i de quart de carrera. I a quart, per primer cop vaig tenir contracte. Fins llavors, havia estat el primer any de pràctiques de forma totalment altruista, només per aprendre. A l’estiu de tercer em van pagar, simbòlicament i en negre, 150 euros al mes, i a quart ja tenia un contracte de 25 hores setmanals. Tot i que no era com a periodista, sinó com a ajudant de redacció.

Feia, però, les mateixes tasques que una periodista?

Sí. Al principi, el primer estiu, em vaig haver d’habituar una mica al que era el gestor de continguts, perquè és una revista mensual, que surt en paper, però cada dia és un diari digital. Per tant, a nivell mensual fem una revista on posem tot el contingut del web i l’ampliem amb entrevistes, reportatges... el típic. Llavors, al principi sí que estava una mica més passant notes de premsa, corregint les faltes... però després em van anar deixant fer temes, anava a cobrir les rodes de premsa, vaig assumir més tasques. I sí que des del primer estiu, potser no estava al nivell d’una redactora, però tampoc era una simple becària, amb el prejudici aquest de dir “són persones que fan el cafè i que són inútils”. No. Jo ja els treia feina de sobre, per això dir-ho. Fins i tot un any em vaig atrevir a agafar la càmera.

També gravava?

Sí, va ser a tercer de carrera. Feia vídeos, gravava entrevistes i les editava, les penjava al web... i aquest últim estiu ja hi ha hagut el canvi definitiu i m’han enviat a cobrir plens, moltes rodes de premsa... ja m’han equiparat totalment amb altres redactores.

Per tant, havia de fer mitjà escrit, web i multimèdia.

Sí, però això va ser perquè em vaig encapritxar jo.

I per què va voler?

Perquè a l'octubre entrava a fer pràctiques a una televisió i no havia tocat mai una càmera. Bé, a la universitat sí, però ja saps com va: és súper *cutre*, i quasi no tenia ni idea d'enfocar. Per això vaig pensar: "Mira, si agafo una mica de pràctica, ni que sigui tocar i editar una mica, m'anirà bé". Bàsicament era una mica de cara a les pràctiques de la carrera, que les havia de fer a una televisió. No era res professional, però tampoc era súper *cutre*.

Per tant, després de quatre anys a la universitat, no sabia com fer servir una càmera i en va haver d'aprendre pel seu compte quan estava treballant.

Exacte. I això que a la televisió eren pràctiques, i per tant allà ja me n'haguessin ensenyat. Però tampoc van tenir temps. A la tele, ningú em va venir mai i em va dir: "Mira, això es fa així i així", sinó que el dia 2 d'octubre em van donar la càmera i em van dir: "Ves a experimentar, ves a gravar cotxes i ocells i a veure com surt". Però és que ningú ens podia fer cas, era l'endemà del referèndum i anaven tots com bojos amunt i avall. Per tant, vam haver de llançar-nos a la piscina, ja que quan portàvem una setmana ens van fer anar a fer un rodatge i la peça ja va sortir a l'informatiu. Com que anaven tots de cul, va ser la manera d'aprendre. Ens van llançar i ens van dir: "Vinga, va". I no ens va quedar una altra.

Fins llavors havia estat un mitjà local i petit. Com va notar el pas a una televisió d'àmbit nacional?

Primer de tot, a nivell de recursos. Allà hi havia moltíssima gent treballant, i hi havia una divisió de tasques. Quan havia d'anar a demanar un cotxe, hi havia un sector dins l'oficina amb la gent que s'encarregava de donar-te les claus del cotxe, d'apuntar-te... Hi havia una altra secció que li demanaves: "Necessito entrevistar aquesta persona", i ells s'encarregaven d'enviar els correus electrònics. Vaig notar que en l'àmbit de recursos t'ho donaven tot molt mastegat: tu només havies de pensar el tema, pensar les fonts i anar a gravar, i quan arribaves ho editaves. En canvi, a la revista local era tot "*yo me lo guiso y yo me lo como*". A la revista m'ho feia jo sola tot des del principi fins al final, i en canvi a la televisió hi ha moltes i moltes mans. Si tenies un problema tècnic, hi ha una sala especial, la "sala blanca", que anaves allà i t'ho solucionaven. En canvi, a la revista, si tenies un problema, t'havies d'espavilar. Aquesta va ser la principal diferència. I a part, a la televisió jo notava que tenia la pressió de pensar: "El producte que faig ha de tenir

molta qualitat perquè el veurà molta gent”. No és com a la revista local, que si t’equivocoques ho veuran només els mil veïns del poble.

A la revista, s’havia trobat mai amb algun dubte en l’àmbit ètic?

Treballava allà quan van haver-hi els atemptats terroristes de Cambrils. Era el 2017, i encara no tenia contracte. Estava com de pràctiques, em pagaven 150 euros al mes, i feia un horari de nou a una o així, de dilluns a divendres. Recordo que el meu cap no hi era, estava justament a Barcelona, i jo, tota sola, em vaig haver d’empassar la cobertura dels atemptats. Va venir una periodista a ajudar-nos, perquè és la neboda del meu cap, i sí que vaig tenir molts dubtes, sobretot, a nivell de pensar: “Aquí realment no ha passat massa res”, però totes les notícies que sortien a la televisió eren com molt morboses, del tipus “vaig agafar el meu fill en braços, vaig sortir corrent amb el cotxet i sentia bales, no he passat mai tanta por”. Però és clar, realment, no hi va haver bales. Llavors, el meu dubte era dir: “Osti, què escric i què no escric? Perquè si no escric res no hi haurà notícia, però si escric alguna cosa molt, *light* tampoc hi haurà notícia, i tots els altres mitjans se’ns menjaran”. I llavors, també, és complicat construir un relat quan els Mossos no et volen dir res. Com podia escriure una notícia si no tenia cap font? Doncs vinga, a base de víctimes. Facebook. Escriure: “Qui va estar a l’hora de l’atac?”. I vinga, a trucar. Dubtes de què dir i què no dir, quins noms poso... Ah, i les presumpcions d’innocència: hi ha detinguts, no n’hi ha, de què estan acusats...? Una mica els dubtes aquests de quan passa un atemptat.

Com va resoldre, aquests dubtes que se li plantejaven? En va parlar amb el seu cap, amb la periodista que els va ajudar, els va resoldre vostè mateixa...?

Jo li anava preguntant a aquella noia els dubtes que tenia. Per exemple, el tema de la foto. Teníem una foto del terrorista abatut, ple de sang, enmig d’un pas de zebra, estès allà com si fos una catifa. I jo vaig dir: “Ostres, què fem amb aquesta foto? La posem, no la posem...?” I com que estaven bastant borroses i estaven pixelades perquè era de nit, al final vaig dir: “Posem-la, perquè no s’identifica la persona, només és imatge informativa per il·lustrar que està abatut a terra”. Llavors, bàsicament ho vaig consultar amb aquesta companya, però els dubtes me’ls vaig resoldre jo sola. I estic segura que algunes cosa vaig fer malament, segur.

Es va quedar amb la sensació que no ho havia fet del tot bé, o en l'àmbit de la consciència es va quedar tranquil·la?

Em vaig quedar amb la sensació de dir: “No tinc ni una carrera i m’ha cobrat cobrir un atemptat”. Però és el que et dic: vaig intentar fer el que jo creia que era correcte, pensar que no estava dient noms ni imputant a ningú cap delictes. L’únic que vaig fer va ser parlar amb testimonis que m’havien donat el seu consentiment i vaig explicar el que m’havia dit cadascú, sense dir cap mentida. Tot el que fos súper sensacionalista ho vaig treure, perquè no volia alimentar el relat del morbo, i per tant vaig fer el que vaig poder. Segur que hi va haver errors, però no estic descontenta.

El seu cap “l’apretava” perquè fos més sensacionalista, per donar més morbo?

En l’ateptat, no. On sí que m’apretaven per treure-li més punta és amb el tema ideològic, perquè la revista és un mitjà independentista. En aquella època jo també ho era molt, però no considerava que la meua ideologia s’hagués de poder llegir en els meus articles. En canvi, el meu cap sí que era molt radical en aquest sentit, i moltes de les notícies que treia ell s’esbiaixaven. Jo, per exemple, intentava no posar “presos polítics” i posar “polítics presos”, perquè crec que posar “presos polítics” és un judici de valor que jo no el puc fer. Aquest judici el pot fer qui ho està llegint, però jo, com a periodista, no. I en aquest sentit, algunes vegades em vaig sentir bastant collada per escriure coses... no dir cap mentida, però sí de dir: “Jo no ho hagués enfocat per aquí, perquè es veu bastant el llautó”. I de fet, rebíem diverses crítiques per part del sector no independentista. Per aquella zona hi ha molta influència de Ciutadans, i és clar, teníem molta pressió de gent del poble que ens deia que érem un pamflet independentista. Jo intentava incloure una tribuna d’opinió d’una persona que fos de Ciutadans, i per exemple, el meu cap, no. A aquests no els deixava escriure. Això és una cosa que sí que sempre vaig notar. Però clar, jo era la “nova”, i no podia fer res per canviar-ho. Podia procurar que el que jo feia estigués ben fet, però en aquest sentit sí que em sentia bastant limitada.

Creu que, si hagués portat més temps i hagués tingut una situació més estable (amb contracte fix), hauria pogut tenir més veu i més possibilitats d’intervenir-hi?

T’he de dir, també, que el meu cap sempre m’ha tingut en molta consideració i mai he passat desapercibuda per ell. Al contrari, em tenia sempre molt en compte i em preguntava sovint: “I tu què en penses, d’això, com ho posaries?”. Però penso també que

tota l'estructura de la revista pensa igual... ja no només el meu cap, sinó també el president, el que porta els comptes... tots són independentistes. I ara potser sí que s'han suavitzat una mica les coses perquè el president és un periodista, però ja et dic, el meu cap és súper radical i costa molt fer-lo canviar d'opinió. Per exemple, hi ha una noia que treballa allà des de fa vint anys i no aconsegueix fer-lo baixar del carro. I és la redactora, té contracte, no és becària ni res. Per tant, és una qüestió de l'estructura i d'ell, que pensa com pensa. I a més és farmacèutic, no periodista. Bé, ha estudiat Farmàcia i no Periodisme. I jo a vegades penso que si hagués estat quatre anys rebent *inputs* de l'estil: "No pots ser sensacionalista, la teva ideologia no ha d'interferir en els teus escrits...". Si hagués rebut aquesta formació, crec que no seria així. Ell és periodista de professió, no de formació, i crec que potser, aquí, es nota.

Dirigeix la revista sense tenir formació com a periodista, doncs?

Sí. És director de la revista, té 65 anys com a mínim i va estudiar Farmàcia, no Periodisme. Mai ha exercit com a farmacèutic, ja des del principi es va dedicar al periodisme, però no té la formació. Està col·legiat com a periodista, però gràcies als anys treballats.

En el món del periodisme, a més, és difícil posar "portes al mar" i limitar qui pot ser periodista i qui no, perquè haver-ho estudiat o estar col·legiat no és obligatori.

Al Col·legi d'Advocats, has de tenir Dret per poder col·legiar-te. Però el periodisme és una professió que està infravalorada. Tenim la impressió que tothom sap escriure. Per exemple, la revista on treballava no té mitjans per anar a cobrir-ho tot, de manera que el que fa la gent és enviar els textos del que ha passat i llavors la revista els condiciona i fa notícies a partir dels textos que envien les entitats. Per exemple, els textos sobre els campionats de patinatge els enviava la meva mare. És a dir, la meva mare feia notícies. I la meva mare és infermera, de manera que sap escriure com una persona normal. Vull dir que no en sap, de periodisme. Sap escriure sense faltes, però periodisme és més que saber escriure sense faltes. És comunicació, és haver rebut una formació. Llavors, sí que penso que tenim una feina de la qual la gent pensa: "Qualsevol persona pot escriure, qualsevol persona pot fer una notícia", i per això és una feina súper infravalorada. Moltes vegades, per exemple, em diuen: "No podries pas escriure quatre ratlles sobre això?". D'acord, però és la meva feina i té un valor, i no se li dona. És una cosa que la gent diu: "Tothom sap escriure, doncs tothom sap fer periodisme". O jo què sé: *community manager*. Vinga, anem a penjar coses a Instagram. "Que em pots fer un post per a Instagram?". Es veu com

una cosa tant en el dia a dia, tan quotidià, tan habitual, que no es valora. En canvi, no li diries a un advocat: “Ei, pots portar aquest cas?”. Llavors, en aquest sentit, trobo que la professió està infravalorada.

Perquè entenc que, quan li demanen que faci un post o escrigui una notícia, volen que sigui gratis.

És clar. Per exemple, sense anar més enllà: la meva parella és jardiner i treballa en una empresa de jardineria. I l'altre dia em va dir: “Que em podries escriure quatre idees per portar Instagram, per tenir una comunitat, més comentaris, més *likes*, *followers*...?”. I jo vaig pensar: “Clar, però això és una feina”. Jo li ho faré a ell perquè és la meva parella, l'estimo i vull que li vagi bé, però clar, jo ara m'imagino que una persona externa em diu: “Escolta, que em pots ajudar a millorar l'Instagram?”, i això ja és una feina que es paga. I no hi ha aquesta sensació. No vull que el meu xicot em pagui, però em molesta el fet aquest que no es contempli com una feina que requereix una formació, una lògica, una teoria, uns estudis... és una cosa que és tan quotidiana, escriure a les xarxes socials, la televisió... que no es valora.

Creu que això perjudica laboralment els periodistes a l'hora de trobar feina?

Completament. Per exemple, aquí a la universitat, és una cosa que sempre ens ha fet molta ràbia. Hi ha un noi que estava estudiant Ciències Polítiques i estava treballant a la ràdio. Feia cobertures súper *xules*, treballava de periodista esportiu i se n'anava a Moscó a cobrir un partit de bàsquet, a fer una retransmissió en directe... I jo pensava: “Osti, això ho hauríem d'estar fent nosaltres, i ho està fent una persona que estudia Ciència Polítiques”. Llavors, sembla que qualsevol persona que tingui una veu bonica i bona presència ja pot presentar un telenotícies o pot parlar per la ràdio. Sí, crec que hi ha molt d'intrusisme. Sense anar més enllà, a la revista tenim un farmacèutic i una infermera que fan notícies. Sí, hi ha moltíssim intrusisme.

Els dilemes i pressions ideològics que es va trobar a la revista, quan va entrar a fer pràctiques a la televisió pública, els va sentir notant? Sentia que tenia més llibertat o menys, a l'hora de fer els temes?

Clar, però a la televisió tot està molt més professionalitzat. A més, en aquell moment teníem el punt de mira sobre nostre, que si la televisió manipulava, que si adoctrinàvem, etc, i per això jo crec que hi havia un sobre esforç de neutralitat, per així dir-ho. Jo estava

a la secció de Societat, però vaig anar a cobrir una roda de premsa d'un alcalde del PSC que condemnava l'empresonament de Cuixart, Sánchez, etc. I vaig fer la notícia, vaig fer el text, i me'n recordo que el Consell de Redacció va estar mitja hora reunit debatent si el que havia escrit jo era tendencios o no. O sigui, va ser tot el contrari que a la revista local: a la televisió hi havia el sobreesforç de dir "anem a fer-ho súper bé perquè no ens puguin titllar de res". I de fet, a la televisió mai hi ha hagut... jo no m'he trobat amb cap conflicte ideològic, la veritat. Evidentment, si em fas a gravar les fonts que són de color groc a Barcelona per Nadal, ja hi ha un enfocament. Però no em priven de preguntar-li a un senyor de Ciutadans a veure què en pensa. I potser a la revista m'haguessin dit: "A aquest no cal que li preguntis, perquè què més dona el que pensi?". Es nota que la televisió està molt més professionalitzada i hi ha molta més qualitat.

Per tant, no va tenir cap conflicte ètic a nivell personal.

Exacte. Crec que també influeix el fet que, ideològicament, la línia editorial de la televisió era afí a mi. Perquè ara m'imagino que a una persona d'un altre espectre ideològic, que li facis anar a gravar les fonts... si és un bon professional i un bon periodista et dirà "d'acord, no passa res", però a mi, com que pensava com pensava, no em va suposar cap conflicte i a part també creia que feien les coses ben fetes. Una cosa que he tingut clara després de sortir de la televisió és que penso que són molt professionals i que lluiten molt per buscar aquesta qualitat, en tot. Tota l'estructura de la televisió crec que ja té aquesta vocació de qualitat i jo la vaig veure molt. S'enfoquen els temes d'una manera, d'acord, perquè som qui som, però això no vol dir que estiguis fent la feina mal feta, que diguis mentides o que adoctrinis.

Creu que el fet que la televisió tingui una estructura molt gran que permet que els seus periodistes tinguin un horari, es puguin dedicar bé als temes, una bona remuneració... influeix a l'hora que es pugui fer més bé la feina que no pas en una revista on es cobren 150 euros al mes?

Jo crec que sí, evidentment. És com qualsevol empresa de qualsevol tipus: si tu tens el teu treballador content, treballarà millor i serà més productiu. Però aquí hi ha, a part de tot això, el que dèiem abans de la vocació. Jo, per exemple, fins i tot cobrant una misèria i menys, tenia moltes ganes de fer la feina ben feta, perquè a mi el periodisme m'omple molt i m'agrada molt, i m'agrada fer-lo ben fet, i gaudeixo. Llavors, si tinc un horari que és una merda, o si cobro poc, potser no m'influirà tant perquè és el fet de dir: "Estàs

podent fer el que t'agrada". Però jo entenc que una persona que potser no tingui tanta vocació, que segur que n'hi ha, pugui pensar: "Les meves condicions laborals fan que no m'involucris tant". Però no és el meu cas, perquè la vocació per a mi és molt important. Però bé, clar, jo tinc 22 anys i potser veig el món súper preciós.

És el que toca, per edat.

La meva visió és utòpica perquè soc una persona molt optimista, i la vocació és el que més m'empeny. Penso: "Si ara no cobres bé, potser el dia de demà sí". Soc molt conformista, de dir: "És que les coses són així". Al diari ara estic cobrant, fent un mes sencer, a mitja jornada, de becària, 500 euros. Que clar, el meu pare, per exemple... és una persona gran que té un bon sou i unes condicions laborals súper bones, de manera que ell s'ho mira i diu: "Quina misèria!". Però jo en canvi dic: "No, papa, és que avui les coses són així". Ho tinc tan paït, que és així... no em queixo, perquè penso que el que estic fent jo està bé. Entro a les quatre i mitja, surto a les vuit i mitja, i la meva cap no em deixa fer més hores perquè diu: "Si volen, que paguin una redactora. Tu ets una becària". Però tinc tan interioritzat que les coses són així que jo ara aspiro, quan acabi dret, a tenir un sou de mil euros. I si el tinc, em donaré per satisfeta. Ens han "matxacat" tant que tot és tan dur, que és tan precari, i que és així... jo penso que no aspiro a res més, de moment. Clar, si d'aquí a deu anys segueixo cobrant mil euros, doncs diré: "Ei". Però de bones a primeres, ja m'han educat que el sistema és així.

Els han advertit de la precarietat, durant la carrera?

Sí, sí. Ens han dit moltes vegades que ens n'anirem a l'atur, que haurem d'escriure cada cosa perquè els mitjans estan subordinats a les empreses i que el que vol l'empresari és el que acaba dient el periodisme... ens ho han pintat bastant negre. Però jo soc així, m'ha estat bastant igual i em seran igual les condicions precàries que tingui perquè m'empeny més el fet de sentir-me realitzada i la felicitat que sento quan estic anant a cobrir una roda de premsa. Això és el que em tira més, però jo sé que no tothom és així.

O que acaba canviant de prioritats al llarg dels anys.

Potser d'aquí a deu anys estic amargada, segueixo cobrant mil euros, tinc un horari de merda i acabo dient: "Mira, a prendre pel cul la vocació, la utopia i tot plegat". Però a dia d'avui... ho encaro tot amb optimisme.

Quines són les seves condicions laborals al diari? Com va anar a parar a aquestes pràctiques?

Per una plataforma de la universitat, que fa d'intermediària entre les empreses i els estudiants. Jo vaig aplicar per a moltes ofertes, potser 50. Tu el que fas és enviar el teu currículum, i si a l'empresa l'interesses, es posa en contacte amb tu. Llavors em va sortir al web que aquella empresa estava interessada en mi, i em van trucar per fer una entrevista. Hi vaig anar un dijous i l'endemà divendres em van enviar un correu electrònic i em van dir: "Ens agradaria comptar amb tu". Llavors jo vaig acceptar, perquè les condicions eren de dilluns a divendres de quatre i mitja a vuit i mitja, i el sou són sis euros bruts l'hora. O sigui que, com més hores facis, més cobraràs, i si un dia no hi pots anar perquè estàs malalta, no el cobres. Però és clar, entenem que el *tope* són quatre hores al dia. I el contracte me l'han fet de novembre al juny.

Les seves funcions, malgrat estar amb un contracte de pràctiques, són les mateixes que les d'una redactora?

A la revista, sí. Però al diari no, perquè ho impedeix la meva cap, que és l'única persona que m'acompanya a la redacció. Abans hi havia un tercer redactor, però va marxar a un gabinet de comunicació. També hi ha el comercial, però és clar, ell no és periodista, sinó que està fent la part de publicitat, i per tant està com a fora de l'oficina. O sigui que som la meva cap i jo. Ella és la delegada del diari a Catalunya. Llavors, tot el tema de la precarietat... ella ho té molt clar, i com que també és periodista de vocació, em diu: "Tu ets becària, per tant, això vol dir que no et donaré la responsabilitat d'haver d'estar tot el dia pendent del ple, a veure què diu l'Arrimadas o el Fernández". Ho té molt clar, perquè ella és bona i està conscienciada. Però també soc molt conscient que una altra persona em podria tenir allà mil hores. Per exemple, a la televisió, molts dies sortia a les deu de la nit, tot i que havia de sortir a les vuit. I clar, jo si faig això al diari, ho cobraré, però a la televisió no ho cobrava. Per això he tingut molta sort amb la cap que m'ha tocat, que per mal o per bé està molt conscienciada i en aquest sentit ella m'ho diu: "Si volen una redactora, des de Madrid que la paguin. Tu ets una becària i per tant et farem anar a cobrir alguna coseta, faràs el teu reportatge, però d'acord amb el teu sou".

Creu, però, que és més una decisió personal de la seva cap que no pas de l'empresa?

Sí, jo penso que sí. A més, pensa que a la revista els recursos també eren els que eren i, si tenien dues mans més, no les anaven a desaprofitar; per tant, a mi sí que m'anaven estirant, estirant, estirant... En canvi, al diari és diferent. Jo soc una persona a qui, encara que li donis molta feina, te la faré, perquè m'agrada molt sentir-me molt útil, que em donin responsabilitats... soc molt responsable i treballadora, i crec que això va amb mi. Però per exemple, una altra persona, a la revista, hauria dit: "Perdona, jo estic cobrant 150 euros i tu estàs cobrint més de mil i més de dos mil, per tant, relativitzem-ho". En canvi, al diari sí que relativitzem: no soc una becària de portar cafès, però sí que es respecta molt aquest fet. Però sí que és més per decisió de la meua cap que de l'empresa.

La seva manera de fer les coses es té en compte? Si pensa que un tema s'hauria d'enfocar d'una manera o altra, pot parlar amb la seva cap o hi ha una línia molt marcada?

Depèn. Per exemple, un cop al mes faig un reportatge de caràcter molt social que es publica en una secció determinada. Llavors, amb aquests temes, sí que em deixen tota l'amplitud. Li dic a la meua cap: "M'agradaria fer aquest tema sobre quant costen a l'any treure els *grafitis* dels trens", i ella em diu: "D'acord". Llavors, en aquests reportatges sí que tinc total llibertat i ho enfoco com vull, i si a ella no li agrada alguna cosa, em diu: "Titula-ho per aquí o per allà". Però aquí sí que tinc més llibertat. El que em marca molt, en canvi, són les notícies del diari, d'avui per demà. Per exemple, ahir em va tocar fer una notícia sobre l'ANC, que cada 20 dies anirà davant de la plaça Sant Jaume a exigir que es proclami la república. En aquest tipus de notícies de política ella sí que em diu: "Titula per aquí o per allà, i explica això i això altre, has de posar això, mirar teletips i tal". En política sí que em marca molt, però crec que també és perquè la ideologia del diari és com és i m'imagino que ella ha de marcar per on vol que vagi. Per exemple, ahir van sortir els resultats del Port de Barcelona, i em va dir: "Titula-ho que exigeixen tal cosa". En les notícies del diari, d'avui per demà o pel web, sí que em diu com ho he de titular, i clar, jo no m'hi nego.

No s'hi nega perquè no hi veu un problema, o algun cop s'ha sentit incòmoda de pensar: això no és ben bé així...

Mmmm... [s'ho pensa]. Sí. Per exemple, vaig haver de fer un reportatge sobre quants diners públics que estaven costant els viatges a l'estranger de Quim Torra, ja fos per anar a veure Puigdemont a l'estranger o a Washington en un viatge de folklore. I aleshores jo

no vaig dir cap mentida, totes les dades que vaig agafar eren oficials del Parlament –no les vaig treure de PP ni Ciutadans, per així dir-ho-, però ja d’entrada és un enfocament que a mi no se m’hagués acudit. I llavors clar, a mi no em passa pel cap de negar-m’hi perquè crec que no estic en condicions de negar-m’hi. Perquè soc la becària, o encara que no sigui becària, ella és la meva cap, i mentre no se’m plantegi a mi un dubte ètic de caràcter existencial, de dir: “Osti, és que m’està demanant que publiqui una mentida...”, és com que em conformo i dic: “D’acord, la ideologia del diari és aquesta i tu, mentre no diguis cap mentida i agafis les fonts del Parlament, les fonts del PP i les fiquis totes, és el que hi ha”. O em van fer escriure un tema que deia: “Las querellas de Torra mueren en los tribunales”, tal qual, que són totes les querelles que ha interposat Torra per la gent que li ha dit “nazi”, “supremacista”... i que cap d’elles s’admet a tràmit. I clar, de bones a primeres són temes que no se m’acudirien, però clar, entenc que és perquè jo penso d’una manera i he d’entendre que hi ha gent que pensa d’una altra manera i ells no pensen pitjor que jo. Està igual de bé el que puguin pensar ells que el que penso jo. Per tant, l’únic debat ètic que se m’acudeix és el de dir “ostres, em sap greu fer aquest tema perquè jo penso d’aquesta manera”, però també entenc que hi ha molta gent de la població que aquell tema l’interessa i ho veu d’aquella forma. Jo, en el moment que em facin dir una mentida, que ho dubto molt, perquè crec que la meva cap és molt professional, diré: “No, això no ho vull posar perquè no és cert”. Però fins ara no ha arribat aquest punt, i el que passa és això, que són temes amb els qual no estic còmoda perquè no és com penso, però cadascú pensa com vol, i no està malament pensar: “Mira, Torra va interposant querelles i no arriben enlloc”. Si és una realitat... o els viatges: si s’ha gastat fins ara 120.000 euros, és una realitat. I jo puc trobar que està justificat, però potser set milions d’espanyols, no. Llavors és clar, faig aquest exercici de pensar: “Pensa que no ho estàs explicant per Catalunya, sinó per a tot Espanya i que la situació és la que és”.

Vostè, coneixent la línia editorial del mitjà, s’hi adapta sense que li hagin de dir?

Sí, totalment. A la revista ja tenia com un enfocament, i ara al diari en tinc un altre. Però jo crec que és clar, és l’esforç que fem tots els treballadors per acomodar-nos al màxim a l’empresa. No sé com dir-t’ho... ser una mica egoistes i dir: “Mira, faré contents els meus caps”. Per a mi, l’ideal seria una barreja entre els dos mitjans, la revista i el diari, perquè un tirava massa cap a un costat i l’altre cap a l’altre, però jo crec que la clau és ser-ne conscient. A la revista pensava: “Mare meva, on va aquest titulant per aquí?”, i al diari

penso: “Déu meu, on va aquest titulant per allà?”. Però mentre jo en sigui conscient i detecti on hi ha una mentida, que per a mi això sí que no, crec que de moment està bé.

Ha dit que també treballa amb el web. Els “apreten” molt amb els titulars per aconseguir clics, o els deixen marge per titular com vulguin?

Tenim total llibertat en aquest sentit. Mai, mai, mai a mi m’ha arribat cap mena de comentari, ni he tingut la sensació que hagi d’escriure coses per aconseguir clics. Però clar, pensa que la temàtica és la que és. Com et deia, ahir vaig fer els resultats del port de Barcelona. Com m’ho faig per adaptar això al cli-bait? No es pot. La veritat és que el clic-bait no, però sí que hi ha un apartat de la web on es poden trobar notícies com “Los pechos operados de la nueva tronista de Mujeres y Hombres”, o “el braguetazo de no sé quién”. Hi ha una secció de contingut patrocinat que és una porqueria, però jo no hi treballo. Allò sí que és el clic-bait pur i dur.

Diu que és una secció de contingut patrocinat. Està indicada com a tal?

Sí, sí.

I a vostès els fan publicar notícies econòmiques que en realitat són contingut patrocinat, o queda tot englobat a part amb aquest bloc?

Queda a part. Tot el que és contingut patrocinat ho posa a dalt, “contenido patrocinado”, i es veu molt. Com que som un portal tan especialitzat en economia, borsa, finances, etc, al final, en el moment que veus una notícia que diu: “Así es el nuevo coche de Brad Pitt”, ja penses: “Osti, què és això?”, i a sota de seguida ja hi posa “contenido patrocinado”. Només pel contingut, ja ho veus. Però ja et dic, perquè també som un mitjà molt especialitzat, i per tant, tot el que se surt d’aquí ja es nota que és diferent. Però sí que posa si el contingut és patrocinat, i jo amb el clic-bait tampoc he tingut cap mena de problema.

Tema fonts: té temps de treballar bé els temes i consultar més d’una font, o tira endavant amb la que té i, si després algú més vol parlar, ja s’espavilarà?

Doncs també depèn. En el “periodisme a fuego lento” que li dic jo, que són els reportatges que faig en profunditat, sí que tinc temps de parlar amb totes les fonts que considero necessàries, però en canvi, per fer les notícies d’avui per demà he d’estar enganxada a la pantalla escoltant el Parlament a veure què diuen, i llavors la font són el que han dit els polítics, les notes de premsa o bé mirem què han dit altres mitjans o agències. Però la

meva cap sempre em diu: “No et quedis mai amb una sola nota de premsa, mira tothom què diu, perquè cadascú agafa un enfocament i tu els has de veure tots per veure quin creus que és el millor”.

Tenint en compte que són poca gent i han d’omplir els espais, practiquen molt la còpia d’informacions?

Des de Madrid no ho sé, perquè som delegacions diferents i les pràctiques són diferents. Però nosaltres, a vegades, sí que pengem alguna nota de premsa tal qual perquè és última hora i no tenim temps, però immediatament intentem fer una mica un refregit dient: “Tal agència ha dit això, tal mitjà ha dit això altre”, intentem fer alguna trucada... No ho fem gaire, això de copiar i enganxar. A no ser que sigui una estupidesa de tema, alguna cosa que ens hagi enviat alguna empresa i que diguis “això que ha dit està prou bé, no hi ha més i és això”. Llavors, sí, però no és molt habitual.

Al ser un diari econòmic, reben moltes pressions per part d’empreses per publicar els seus continguts tal com elles el volen?

No ho sé, perquè a mi no m’arriba. A la meva cap tampoc ho sé, però suposo que sí. Jo el que et puc dir és que per Nadal, van arribar una de coses... Jo flipava: la meva cap cada dia rebia alguna cosa. Era com les *influencers*, igual. I clar, jo no soc ruca. O jo què sé, presenten els resultats Banc Sabadell, Caixa Bank i un altre banc, i la meva cap em diu: “Titula pel Banc Sabadell”. Per què? Perquè el Banc Sabadell hi fot pasta, posa un anunci a la web. Llavors és clar, anem a titular per l’empresa que ens dona els diners. Estic segura que això condiona, perquè és el diari econòmic de referència... per tant, jo crec que sí que hi ha d’haver pressions, però a mi ja no m’arriben.

Vostè és conscient de quines empreses els posen diners i quines no?

No. Jo vaig veure a la pàgina web que, al costat de la pestanyeta de Catalunya, hi ha el logotip del Sabadell. I llavors, justament es va produir la casualitat que la meva cap em va dir: “Titula pel Sabadell”, malgrat que també hi havia altres bancs. Llavors vaig veure que allà hi havia l’anunci del Sabadell i ho vaig entendre tot.

Com valora, en aquests moments, la situació del periodisme com a professió?

Crec que quan vaig començar la carrera estava molt pitjor que ara, però també penso que s’ha posat com molt al punt de mira que hi havia un periodisme que feia pena, i ara crec

que hi està havent un esforç per fer productes de més qualitat. A més, també t'he de dir que a tota la meva generació li he sentit a dir que tenim ganes de fer un periodisme de qualitat, de desmentir tots els tòpics aquests del periodisme del *Sálvame*, del morbo, del sensacionalisme... Hem estudiat en una època que el periodisme era tant de merda, i ens hem conscienciat tant, que tenim el xip de dir: "Anem a fer coses de qualitat". Crec que cada vegada aniran sortint més iniciatives per donar-li la volta a aquest periodisme que de fa tres o quatre anys que per a mi feia pena.

Creu que tindran possibilitat d'incidir en el tipus de periodisme pel qual aposten les empreses?

No [riu]. Però és el que et dic: si fem pedagogia que els periodistes han d'estar formats, arribarà un punt que qui portarà aquests mitjans seran periodistes i tindran una certa qualitat, per així dir-ho. Ara venim d'un periodisme que està ple d'intrusos, i això es nota. Però arribarà un moment, si fem pedagogia que el periodista ha d'haver estudiat periodisme, que els caps seran periodistes com nosaltres. Tinc fe que, algun dia, la meva generació hi tindrà alguna cosa a dir, encara que avui no. Llavors, crec que és una mica de lluita contra el sistema. No sé si m'estic explicant.

Sí: que el sistema està com està, però creu que a poc a poc es pot modificar.

Sí, perquè crec que cada cop som més crítics. Cada cop hi ha més informació, i això fa que cada vegada siguem més crítics. I cada vegada hi ha més gent que estudia periodisme, i això és positiu. Arribarà un moment que la situació que es podrà revertir, i ja s'està començant a fer.

Un altre noi a qui vaig entrevistar, més o menys de la seva edat, també amb un sou baix, explicava que es pot permetre treballar de periodista perquè té els seus pares que el mantenen. També és el seu cas?

Sí. El sou que cobro, aquests 500 euros, són per a mi i pels meus capritxos, i llavors els meus pares em paguen el lloguer a Barcelona, les despeses, aigua, llum, menjar... en aquest sentit, gràcies als meus sants pares, perquè si no... però clar, jo encara soc estudiant. Si no hagués d'estudiar, no em conformaria amb un sou de 500 euros, perquè aquí Barcelona, 500 euros ja se te'n van amb el lloguer, només. Llavors, crec que visc gràcies als meus pares, però també em condiciona molt el fet que encara soc estudiant. Però vaja, que amb un sou de mil euros Barcelona tampoc és que pogués fer meravelles.

Quines expectatives laborals té? Com es veu, en el futur?

Jo em veig, durant uns quants anys, cobrant mil i poc, però m'agradaria treballar en una empresa on hi hagués la possibilitat d'anar ascendint. Per exemple, a la revista em va encantar l'experiència, però sé que ja hi he tocat sostre, per així dir-ho. Però al diari, sé que si m'hi acabo quedant... ara soc redactora, però qui sap, potser d'aquí a uns quants anys m'acaben enviant a Madrid i soc la cap de Política. Llavors, a mi m'agradaria treballar en un mitjà on hi hagi aquests graons per anar pujant i és clar, espero en algun moment cobrar més de mil euros. Jo em conformaria cobrant 2.000 euros tota la vida, cosa que pel meu pare és pensar, "pobreta". El meu pare, que no té estudis universitaris i treballa a la central nuclear de Vandellòs, cobra molt més. I jo tindrè dues carreres, i possiblement un màster, i aspiro a això.

Què seria el més important, per a vostè?

Crec que prioritzaria més tenir uns horaris decents que no pas el sou. A mi si em dius: treballes de 8 a 15h o de 8 a 16h de dilluns a divendres i cobres 2.000 euros tota la vida, jo crec que firmaria. Per mi, la feina no ha de ser la meva vida. Jo prefereixo dedicar temps a la meva família, els meus amics, la meva parella, si tinc fills... prefereixo això que no pas la feina, tot i que ja sé que en periodisme de mitjans això no existeix.

Es planteja treballar en un gabinet, doncs?

Sí, m'ho plantejo. Van sortir unes pràctiques en una agència de publicitat, i de fet els tinc en *stand by* de cara a l'estiu, per si al diari no em renoven. La meva mare em diu: "No acceptis més convenis de pràctiques!", i jo li dic: "Mama, és el que hi ha". Soc tan conformista que ja sé que és el que hi ha, i que a l'agència hauré d'entrar-hi amb un contracte de pràctiques. Però si a mi m'asseguren que si soc bona se m'acabaran quedant amb un contracte normal, per què no fer-ho? Ara tots som becaris, després som juniors i després som sèniors. Tinc molt clar que és com és l'estructura d'avui, i que no és com era abans.

Com vol dir, abans?

Que no entraves com de pràctiques, sinó que ja entraves amb especialitats, amb un sou... ja ho tenies tot més ben fet, i era molt més fàcil entrar. El càrrec del meu pare no el tenen ni els enginyers, i el meu pare no té estudis universitaris.

**L'estabilitat laboral és important per a vostè, de tenir un contracte indefinit, fix...?
Es plantejaria la possibilitat de ser autònoma?**

Preferiria tenir un contracte indefinit. Perquè autònoma... no, prefereixo una estabilitat. No m'importaria tenir un contracte de sis mesos en sis mesos. Fer-me autònoma ho he pensat, m'ho he plantejat, però no em convenç. Això sí, m'han sortit cosetes per anar cobrint. L'Institut de Química de Sarrià em va oferir anar a cobrir unes jornades d'una agència de la qual havia entrevistat un dels clients per al diari. Per això vaig parlar amb la meva cap i li vaig dir: "Ei, m'ha sortit això remunerat, què puc fer?", i em va dir: "Endavant, perquè aquí no hi ha conflicte d'interessos". Llavors, ho vaig poder anar a cobrir, i vaig pensar: "Ostres, la vida dels autònoms... pobres". És una vida dura, i jo prefereixo tenir un contracte estable, ni que sigui de sis mesos.

La darrera pregunta: creu que són útils o necessaris organismes com el Col·legi de Periodistes o el Sindicat de Periodistes a l'hora de defensar tant la professió com les condicions laborals?

Crec que és súper necessari, i més en una professió que penso que està tan infravalorada i hi ha tant d'intrusisme. Jo crec que són molt necessaris aquests organismes que vetllin per la qualitat d'aquesta professió, ja no només per nosaltres, sinó perquè el periodisme és una eina molt important en una societat democràtica, per tenir ciutadans lliures, crítics... Ara, per mi, el sistema periodístic està tan podrit, per així dir-ho, que és important que aquests organismes treballin ja no només per nosaltres i les nostres condicions laborals, sinó perquè el producte que oferim tingui qualitat. Igual que un metge o un cirurgià, que les cirurgies que fa han d'estar ben fetes perquè si no la persona es mor, i hi ha d'haver un organisme que vetlli per la sanitat, crec que el periodisme... hem de vetllar per la qualitat democràtica amb la societat. Com que tenim tan infravalorada la nostra feina, crec que és súper important que hi hagi aquests organismes i que siguin tan independents com sigui possible per assegurar-nos aquesta qualitat.

C.7 Transcripció entrevista “Òscar”

Com van ser els seus primers passos en el món del periodisme?

Vaig començar just després de les pràctiques de la universitat. Primer vaig fer substitucions en una televisió local, que era on havia estat fent el pràcticum. D'allà vaig saltar a productores, que és on em vaig estar durant uns anys, i després vaig saltar a la televisió pública de Menorca. Després de dos anys a l'atur, vaig començar a treballar en una productora on feia, sobretot, publicitat i esdeveniments; i des de fa cinc o sis anys soc autònom per a mitjans internacionals.

Quant de temps va trigar a aconseguir unes condicions laborals que li semblessin dignes i li permetessin viure?

Quan vaig acabar la carrera, tot i la crisi, em va resultar bastant fàcil trobar condicions acceptables. A la productora ja tenia un sou fix, i després, quan vaig treballar a la televisió pública, tot i que ho gestionava una productora privada, el sou estava bastant bé. Després, quan vaig entrar al món de la publicitat, el sou tampoc estava malament, i ara, com a autònom, a banda que faig molta cosa de periodisme, el cert és que treballar per mitjans estrangers facilita tant que et paguin el que et toca com que et paguin ràpidament.

Com creu que han evolucionat les seves condicions laborals al llarg de la seva trajectòria professional?

Al principi, és el que et deia: tot va anar molt bé fins que em vaig quedar a l'atur. Vaig estar dos anys a l'atur i va ser molt complicat trobar feina.

Era el moment culminant de la crisi?

Devia ser entre 2011 i 2013, que vaig estar a l'atur. No trobava feina de res. I després, quan vaig entrar a la productora de publicitat, al principi estava a mitja jornada. El sou no era gaire bo, però al ser una productora funcions per objectius, i com més projectes de la productora surtin, més diners guanyes. Aquesta productora estava especialitzada només en clients estrangers, i quan em van fer fora per una reducció de plantilla, vaig veure que allà hi havia un forat per fer negoci, hi havia un nínxol de mercat. Aprofitant que parlava molt bé l'anglès, vaig començar a buscar feines en mitjans estrangers. Durant aquell

temps també vaig treballar per productores que treballaven per a televisions espanyoles, i la diferència de sou era abismal, i la rapidesa en el pagament també era molt gran. Estem parlant que, si no reclamaves les factures, no les cobraves, i vaig estar reclamant factures durant sis mesos. Ara, en canvi, si faig una factura, al cap d'una setmana l'he cobrat. Bé, tot i que també depèn de la quantitat.

Amb quins mitjans col·labora, en aquests moments?

Aquest estiu, per exemple, vaig estar un mes fent un programa per a la televisió pública anglesa. Però normalment, el mitjà pel qual més treballó és per una agència de notícies amb seu a Alemanya però que el capital és rus, i que depèn d'un canal de televisió rus que ofereix notícies 24 hores. I també treballó molt amb el propi canal de televisió.

Quan va començar la seva carrera professional, s'havia plantejat ser autònom o li van anar portant les circumstàncies?

No m'ho vaig plantejar, va ser una circumstància que em va venir donada quan em vaig tornar a quedar a l'atur després d'estar gairebé un any a la productora. Vaig veure que no volia tornar-me a passar dos anys a l'atur, i que havia adquirit molta experiència en el sector audiovisual, a part que havia fet sempre televisió. I en trobar aquest nínxol de mercat, vaig pensar: "Em tiro a la piscina". El primer any i mig va ser complicat, perquè vaig haver de picar molta pedra, buscar clients nous... però al cap d'un any i mig, el sou estava ja només una mica per sota del que sabia que guanyaven companys de professió amb contractes fixes, i amb el pas del temps la relació de confiança va anar creixent, de manera que m'encarreguen més peces i guanyo més diners. Ara mateix, que tinc una situació dins de la professió que crec que és una mica de privilegi.

Creu que aquesta situació de privilegi li ve del fet de treballar per a mitjans estrangers, i que si treballés per a mitjans espanyols o catalans no la tindria?

Sí. Treballen d'una altra manera.

De quina?

T'has de buscar una mica més la vida. Sí que tinc una cap de producció que està a Madrid, però has de ser molt proactiu. Has de proposar temes i tens molta més llibertat, no estàs subjecte a una línia editorial. I les condicions sí que són molt millors, ja que per exemple em permet treballar des de casa. Jo, al cap i a la fi, surto, faig una peça, edito, envio, faig

l'script, que és la descripció de les imatges, faig la traducció a l'anglès i s'ha acabat la feina.

Quins diria, doncs, que són els principals pros i contres de ser autònom?

Els pros... si aconsegueixes situar-te en el mercat, treballant menys dies pots guanyar més diners, tens més llibertat i molt més temps lliure. I pel que fa als contres, la inestabilitat: mai sé quina nòmina tindrà a finals de mes, per exemple, i sempre vius amb una mica de por de perdre clients grans. Sempre tens por que vingui algú rebentant els preus i que et tregui un client que tu t'has passat anys guanyant-te'l per establir una relació de confiança.

Això passa, que vinguin a rebentar preus?

Passa, sí, amb tothom que comença. Jo mateix ho vaig fer quan vaig començar a treballar per l'agència alemanya: no rebentava preus, perquè continuava cobrant més que la mitjana que es feia aquí, però sí que després, un cop em van fer com el corresponsal a Catalunya d'aquesta agència, vaig passar a cobrar el doble del que cobrava. I això que no rebentava preus, perquè estava facturant un 50% per sobre de la quantitat que facturaria per fer un directe per a qualsevol cadena espanyola d'informatius.

O sigui, que cobrava més del que se sol pagar aquí, però no tant com a altres llocs d'Europa?

Diguéssim que amb la competència del meu sector, que són les agències de notícies estrangeres, al principi estava per sota. Ara estic al mateix nivell.

Com s'aconsegueixen, les feines, en el seu àmbit? Perquè no se solen penjar als portals de feines.

Doncs fent recerca, perquè una part de la feina de l'autònom és buscar-se feina. Això, per una banda, requereix una inversió inicial molt gran: en el meu cas, tinc dues càmeres professionals, una de televisió i una altra de cinema, i un equip d'edició portàtil potent. I després, el que has de fer és estar atent, no només als portals de feina sinó que també hi ha pàgines web especialitzades en el sector audiovisual, per exemple, que penjen ofertes. I finalment, l'altra cosa és buscar agències de notícies, enviar el currículum, ensenyar feines que ja he fet... i el que faig contínuament cada setmana, quan tinc una hora o dues lliures, és dedicar-me a fer *mailing* per buscar clients.

El fet d'haver de buscar-se els clients i haver de “vendre” el seu producte cada dia, requereix que les seves peces hagin de tenir un “plus” de qualitat que potser no caldria si ja estigués contractat en una redacció?

Més que un “plus” de qualitat, el que he de fer és intentar no donar una visió esbiaixada de la realitat, perquè aquestes imatges jo no sé qui les emetrà. Una altra característica és que, per exemple, els meus vídeos duren dos minuts i mig, i en canvi, una peça de televisió, si és molt important, com a molt dura un minut i mig. I una altra cosa: jo, per exemple, poso les declaracions des del principi fins al final sense “tapar-les” perquè després qui les rebi pugui editar-les. El que em passa, això sí, és que la meva feina d'edició és molt més llarga, perquè he d'editar molt més temps, i a part he de fer la traducció a l'anglès. Això implica que, per exemple, els dies que hi ha Champions, els últims que quedem treballant som les agències internacionals. Som els quatre últims que quedem fins a la matinada perquè estem allà editant i fent traduccions.

El fet de ser autònom, té efectes sobre la seva vida personal?

M'ha portat discussions amb parelles, i haver trencat relacions perquè no tinc cap tipus d'horari. Ara mateix estic aquí, però si em truquessin, segurament hauria de sortir pitant perquè ha passat alguna cosa. Ja em va passar, per exemple, amb els atemptats de Barcelona, que estava treballant per una televisió i vaig haver de sortir corrents i treballar per dos clients a la vegada. Aleshores havia de gravar el doble i editar dos vídeos totalment diferents, perquè les imatges que vens a un mitjà són exclusives per a ell. Aleshores, si normalment quan gravo un pla i tinc una imatge estàtica l'aguanto deu segons, el que feia era aguantar-lo vint segons per agafar, encara que fos del mateix pla, alguna cosa que no fos exactament la mateixa imatge. A vegades sí que m'ha passat això d'haver d'estar cobrint un acte per a dos mitjans alhora. Això implica que, quan estàs gravant, has de pensar molt en l'edició.

Què vol dir?

He arribat a fer gravacions on no em sobra cap plànol, perquè ja he anat comptant mentalment els plànols que tinc, de manera que mentre estic gravant ja estic editant mentalment.

Una altra noia autònoma entrevistada va comentar que a vegades li ha fet la sensació de perdre diners, perquè prepara peces que després no li compren. En el seu cas, també li passa?

Jo tinc una sèrie de peces que es diuen *on merit*, és a dir, que t'envien a gravar-les sense saber si te les compraran. Normalment són, per exemple, manifestacions en les quals no saben si hi haurà molta gent. Llavors, jo també tinc la llibertat de dir-los si les vull cobrir o no. Si els dic que no, tampoc s'enfadaran perquè no tinc un contracte. Però sí que, encara que sigui per deformació professional, vaig a totes, perquè m'agrada molt la meua feina i encara que sigui, per exemple, una manifestació on sàpiga que hi haurà 200 persones i que òbviament no me la compraran, hi vaig. Ho faig també perquè m'ajuda a fer "vida social", perquè em trobo companys de professió amb els quals he estudiat o treballat habitualment, i almenys faig petar la xerrada. Al cap i a la fi, quant a cost econòmic, entre estar estirat al sofà a casa o estar a la manifestació, jo sempre prefereixo anar-hi per si de cas.

Parlava de la socialització amb els companys. És difícil, treballar sol des de casa?

Jo treballar des de casa i és un tema complicat. Afortunadament, tinc una gossa, que m'ajuda a sortir al carrer. Perquè hi ha setmanes que no tens res de feina, i llavors també vaig al gimnàs, aprofitant que tinc moltes hores lliures. Com que no socialitzes a la feina, a no ser que estiguis treballant, t'has de buscar altres vies de socialització, perquè si no t'acabaries *menjant el coco*.

Abans comentava que ara sent que té més llibertat que quan treballava en una redacció. Em podria explicar quines són les diferències?

Jo, quan he tingut més limitacions en relació a línia editorial, és treballant a la televisió local, perquè està molt a prop del poder: al final, és l'Ajuntament el que està pagant. Llavors, segons quins temes, depèn de com els volies enfocar, et deien: "D'aquesta manera, no". Quan vaig estar a Menorca, en canvi, estava fent informatius i mai em van ficar cap pega per cap vídeo. Un dia va venir una persona amb el que semblava que podia ser un segrest a casa seva, que hi va anar fins i tot la policia. Aquesta persona em va dir que no volia sortir a la tele, ni que sortís la seva família, que li semblava molt bé que gravéssim casa seva però que ni ell ni la seva família volien sortir perquè els havien amenaçat de mort. L'endemà, va sortir la notícia en premsa escrita que segurament era

un fals segrest, i aquella persona va venir molt alterada a la tele. El càmera em va dir que si gravàvem, i jo, com que no hi havia cap cap de redacció a qui consultar, li vaig dir que no, que aquesta persona el dia anterior m'havia dit que tenia por perquè l'havien amenaçat de mort. Al dia següent, la meva cap em va dir: "Com és que va venir aquí i no ho vau gravar?". Jo li vaig explicar les raons, a porta tancada. I si resulta que al final era veritat? Jo no vull carregar amb això. Jo respecto l'opinió d'aquesta persona el primer dia, quan estava tranquil·la parlant-me a mi. Quan ve al dia següent, alterada pel que ha vist a les portades dels diaris... jo faré prevaler la seva opinió de quan estava calmada, no en un estat alterat. La meva cap em va dir: "Ens ho hauries d'haver consultat", i jo vaig respondre: "És que no hi havia ningú".

La falta de gent a les redaccions fa que a vegades no es trobi ningú amb qui resoldre dubtes ètics o professionals.

Sí, i més a Menorca, que érem molt pocs. Però ja et dic, en l'àmbit de la línia editorial, només me l'han marcat a la televisió local, perquè està molt a prop del poder.

I què podia fer-hi vostè, en aquell moment, si li marcaven la línia editorial?

Acceptar el que et deien. Estava de becari o amb un contracte d'un dia o dos, o una setmana com a màxim. Corres el risc que no et tornin a cridar. Al final, estàs taula a taula amb l'editor. No tens força com per dir: "No, el que ha passat és això i no podem tergiversar la realitat per donar una imatge que no és".

I en canvi, diu que com a autònom, ara això ja no li passa.

No. Ara m'ho faig jo sol, *yo me lo guiso y yo me lo como*. Intento no ser tendencios, però al cap i a la fi, els meus caps no em veuen, tinc aquest avantatge. Jo soc el que decideix.

També vostè està "especialitzat" en Catalunya i això fa que vostè en sàpiga més que els seus caps, sobre aquest tema.

Sí. A més, la cap d'edició que tinc a Madrid té plena confiança en mi. I si jo li dic una cosa, normalment és el que acaba passant. Al llarg dels gairebé quatre anys que portem treballant junts s'ha establert una relació de confiança que fins i tot arriba al punt d'amistat personal. Aleshores, ells tenen plena confiança en el meu criteri i no s'han queixat mai de la meva feina. Al contrari, moltes vegades m'he jugat el tipus en manifestacions: l'1 d'octubre vaig estar a l'escola Ramon Llull, on va haver-hi les pilotes de goma... estava,

per exemple, a la mateixa alçada que Roger Español [que va perdre un ull en les protestes], però a l'altra vorera. I a moltes altres manifestacions m'he jugat el tipus. Per tant, veuen que no tinc por de jugar-me-la i això també comporta una recompensa, i és que tenen plena confiança en els meus criteris.

Creu que els mitjans estrangers valoren més la feina de periodista que no pas els espanyols?

Des del punt de vista econòmic, sí, et paguen quantitats justes per la feina que fas. Et paguen pràcticament el triple. Tinc un company, per exemple, que va estar a Síria, i va intentar vendre un vídeo a una televisió espanyola i li pagaven 50 euros. Jo cobro més del triple que això per una peça. Aquí hi ha un problema, que és un excés d'oferta de mà d'obra i que hi ha molta gent disposada a treballar a qualsevol preu, fins i tot gratis. Però jo tinc clients que m'han dit, per exemple: "Hi ha gent que m'ofereix fer un vídeo per 100 euros, però prefereixo contractar-te a tu per 250 perquè no me'n fio del que pugui fer una persona per 100 euros". És a dir, fins i tot els propis clients s'adonen que, si li han de pagar tan poc, per alguna cosa serà.

I els clients espanyols no ho valoren, això, o els és igual?

Els és igual. Els és igual totalment, el que volen és maximitzar el benefici. Si poden tenir una persona treballant per 50 euros, no la tindran per 100.

En la pràctica habitual de la seva feina, amb quins dilemes ètics se sol trobar?

Sobretot temes relacionats amb accidents. Em van explicar una vegada, a classe d'ètica, que quan hem de cobrir un accident, ens ho hem de plantejar com si fos un familiar nostre, i si ens agradaria veure aquelles imatges a la tele o no. I quan estava a Menorca, recordo una discussió amb un cap d'edició, perquè em va dir que en un accident d'autocar no havíem tret imatges "gore". De fet, li vaig dir al càmera que ni ho gravés. Quan li van preguntar per què no ho havia gravat, el càmera va dir que havia estat decisió del redactor, i jo li vaig dir: "I si hagués estat un familiar teu?".

I què li va dir, el seu cap?

Es va quedar callat. Davant d'aquest argument, no hi ha resposta possible.

Per tant, no ha dubtat, quan ha tingut un conflicte d'aquest tipus amb els seus caps de redacció, en defensar el seu punt de vista.

No. Considero que intento ser èticament irreprotxable, i tot el que sigui morbós intento no filmar-ho, o com a mínim no atansar-me en un primer pla, com sí que farien altres.

Algun cop ha tingut por de perdre una feina per defensar les seves creences ètiques?

Per sort, no. M'ha arribat algun cop que hi havia malestar entre els meus caps per alguna cosa, però por de perdre una feina, no.

Què creu que hagués passat, si s'hagués donat el cas?

Si m'haguessin fotut fora, m'haurien hagut de pagar una indemnització. També és cert que quan he tingut més dilemes ètics, com coses d'accidents que t'explicava abans, tenia una posició de força, perquè a Menorca no hi ha gaires periodistes. I si els va costar trobar algú que hi vulgui anar, no és fàcil fer-lo fora i trobar un altre que hi vulgui anar.

Creu que a Barcelona, on hi ha molts més periodistes, hagués estat diferent?

És clar. A Menorca em vaig aprofitar una mica de la meva posició de força, de dir: "Sé que no em podeu fer fora; per tant, jo faré el que cregui que és èticament convenient".

Creu que amb el temps, d'ençà que estava a la televisió local fins ara, ha anat guanyant eines per defensar els seus punts de vista ètics?

Sí, perquè també m'he fet més gran. L'experiència és un grau, i el que al principi no t'atreves a dir, amb el pas dels anys tens menys pèls a la llengua i ho dius. També tinc un bagatge més gran, tinc més pes dins de la feina i també tinc un nom en el *mundillo*, i des d'aquest punt et pots permetre de dir que no a algunes coses. Quan acabes de sortir de la carrera, per por, dius que sí a tot. Amb els anys i l'experiència, aprens a dir que no a algunes coses.

El fet de tenir càrregues personals –fill, hipoteca... - creu que el podria condicionar a l'hora de prendre decisions ètiques?

Jo tinc hipoteca, no tinc fills però tinc una gossa. Però això no em frena, perquè l'avantatge és que no només faig periodisme, sinó també coses de publicitat, i això em dona una certa posició de comoditat, perquè sé que tard o d'hora alguna altra cosa cau.

Al final, no tinc només un arbre fruïter que em dona pomes, sinó que també tinc peres i taronges, i això, vulguis o no, et dona una certa seguretat. Per exemple, en un mes inhàbil pel que fa a notícies, com pot ser juliol, vaig estar treballant per un programa d'una televisió estrangera. Així doncs, un mes que normalment és nefast en relació als ingressos, resulta que va ser un bon mes. En el meu cas, a més, com que no depenc només d'un client, és el que et deia: tinc molts llocs on triar.

Entre fer d'operador de càmera, publicitat i periodisme, què és el que li dona de menjar i què funciona com a complement?

Treballo sobretot per a l'agència de notícies, que és el que em permet pagar la hipoteca i tenir un mínim d'ingressos segurs. I ara, per exemple he començat a col·laborar amb mitjans de Xina; sembla que a la noia li agrada la meua manera de treballar i que iniciarem una relació a llarg termini. Això comporta més rodatges i no dependre d'una sola cosa. Per tant, et dona més llibertat a l'hora de triar quines feines fer i quines no. I quan fas publicitat resulta un mes fantàstic, perquè tens feina tres o quatre dies i vius molt bé.

Per què segueix, doncs, amb el periodisme, si amb la publicitat viu millor?

Perquè m'agrada estar al carrer, no m'agrada estar tancat. I al cap i a la fi, quan vas a fer una publicitat estàs en un espai tancat, és un set. Ho tens tot controlat, i et falta l'adrenalina que et dona el periodisme.

Per tant, entenc que és molt vocacional.

Podria viure sense periodisme? Sí. M'agradaria viure sense fer periodisme? No.

Renunciaria a aquesta vocació a canvi de més estabilitat o un millor salari?

Si estiguéssim parlant de tancar-me en una redacció, ara mateix no canviaria la meua situació per ficar-me en una redacció amb un sou fix i vacances pagades. Jo no tinc vacances pagades, però tinc més temps lliure i puc triar els temes que faig. I puc fer coses més diferents, perquè he estat en una redacció i sí, d'acord que surts cada dia al carrer a fer coses diferents, però al final és com una xurreria. En canvi, ara no: faig un vídeo d'això, d'allò altre, faig temes d'esports, de política, de successos... faig moltes més coses. A mi m'avorriria estar fent sempre el mateix, i anar cada dia a l'entrenament del Barça, i després a no sé on... no. M'agrada la llibertat que em dona el fet de ser autònom i poder tocar moltes coses.

Entre molts periodistes aquí Catalunya hi ha la queixa de l'intrusisme professional, el fet que qualsevol pot fer de periodista. En els mitjans internacionals, es valora més la formació i el coneixement, la figura del periodista?

Sí, es valora la formació i es valora molt la manera de treballar. Pot ser que tu no siguis periodista, que no hakis estudiat periodisme, que no és el meu cas; però pots haver estudiat un cicle formatiu de càmera o el que sigui, i si saps fer la feina de periodista ben feta, pots treballar d'això. Els mitjans internacionals valoren molt més la manera com fas la teva feina. Al final, un títol és un títol, és un tros de paper. En canvi, valoren molt més la teva capacitat de ser resolutiu; per exemple quan estàs tirat al carrer editant un vídeo, perquè tens la competència, en el meu cas, d'altres agències estrangeres. I clar, la primera que el té, és la primera que el ven. I com que ens coneixem personalment, moltes vegades ens "piquem" per veure qui acaba el vídeo i l'envia abans. Però és una competència sana.

Hi ha molta competència, en el seu sector?

És una competència sana. Al final, som quatre, les agències estrangeres que treballem aquí. Efe juga en una altra lliga, és enorme i tenen moltíssimes càmeres. La resta d'agències, en canvi, som un o dos càmeres per tota Catalunya. Aleshores, tenim competència, però és sana: anem a fer cerveses junts quan acabem, o el dia 1 d'octubre, per exemple, tenia un company que estava dalt d'una terrassa i em va veure a mi a baix, amb les pilotes de goma, i quan va baixar em va venir a abraçar corrent i a preguntar-me si estava bé. És competència, però sana. En canvi, quan he treballat per a televisions d'aquí, he vist que la competència era molt més insana.

En quin sentit?

Empentes per agafar el plànol... sí que hi ha gent molt maca, però hi ha molta més competitivitat. I en aquest sentit, hi ha molta gent que pensa que "si et puc trepitjar el plànol i arribar jo mig segon abans per ficar jo la càmera, ficaré la càmera i posaré el colze". En canvi, a nosaltres això ens és igual.

Per què? Pel fet de treballar a un altre ritme, per un altre mercat...?

Perquè nosaltres no tenim la pressió dels caps a sobre, i també treballem a un altre ritme. Treballem més lents, sobretot perquè, en el cas de les agències estrangeres, ho hem de traduir tot a l'anglès. De manera que jo, per fer un vídeo, des que copio les imatges a

l'ordinador fins que acabo, hi estic aproximadament una hora. Passo com 40 minuts escollint material, fent l'edició i exportant el vídeo, i entre 15 i 20 minuts fent l'*script*, que és la descripció de tots els plànols. També he de fer una mica d'introducció explicant de què va la notícia, i el que més temps em porta és fer les traduccions a l'anglès de la gent que parla. Per tant, no tenim aquesta immediatesa, i tampoc tenim els caps a sobre que ens diguin: "Com pot ser que la competència tingui aquestes imatges i nosaltres no?". Sí que a vegades ens diuen: "No heu pogut gravar això?", però tots saben la limitació de recursos que tenim. O ho veuen a alguna altra agència i et pregunten: "Com és que tu no tens això?". Doncs perquè estic en una mani i estic en un altre punt, en canvi ells tenen quatre càmeres, i jo estic sol. Si hi ha hòsties on jo soc, bingo. Si no, no.

Creu que el fet que pugui tenir més temps per preparar les notícies, es reflecteix en la qualitat de la informació que acaba fent?

Depèn. Això de tenir més temps també és relatiu, perquè a vegades salta la notícia i he de tenir la càmera preparada, per això les set bateries que tinc sempre s'estan carregant de forma contínua! I hi ha dies que vaig a *salto de mata*. Per exemple, el dia que la Guàrdia Civil i la Policia Nacional van entrar a la conselleria d'Economia, jo havia d'anar a cobrir l'obertura d'una botiga a Passeig de Gràcia. Em llevo, em dutxo amb la ràdio, ho escolto, truco a la meva editora i li dic: "Ha entrat la Policia a la conselleria d'Economia. Me'n vaig cap allà i deixem la inauguració". Clar, aquí, per exemple, hi va haver preparació nul·la. En canvi, ara que hi ha el Mobile World Congress, sí que saps els temes amb diversos dies d'antelació. Òbviament no saps què et dirà la gent, ni ben bé el que aniràs a veure, però tens una mica d'idea, a nivell audiovisual, per saber quin tipus d'imatges buscaràs.

Creu que la seva feina es veu afectada per tota la tendència actual de lluita per l'audiència i pels clics, o al contrari, pot treballar aïllat de tot això?

Completament aïllat. La meva audiència no depèn de clics, no tinc cap mena de pressió per això. La meva agència treballa per a cadenes de televisió a qui els interessa una peça que he fet perquè hi ha imatges exclusives, o perquè hi estan subscriptes. Per exemple, vaig aconseguir unes imatges en exclusiva dels *piolins* [agents de la Policia Nacional desplaçats a Catalunya pel referèndum de l'1 d'octubre] al port de Barcelona, i només les teníem nosaltres. No et vull explicar el que em va costar aconseguir-les! I això és gràcies a contactes. Jo tinc contactes dins del port i em van fer el favor de gravar-me les imatges.

En aquest cas, jo també els havia fet favors a ells. Aquestes imatges no són per obtenir clics, però són imatges en exclusiva, que no ha aconseguit ningú més, i això sempre és un plus, òbviament. Però no tinc una norma: he aconseguit moltes vegades, per sort, estar en el moment adequat al lloc on passaven coses, i així he aconseguit imatges en exclusiva, que després et feliciten perquè no les té ningú més. Que a veure, a part d'una felicitació dels caps, no en treus res més, malgrat que després les veus aparèixer en televisions d'arreu del món. Però la dictadura del clic, a mi, no m'afecta.

Parlava dels contactes. Creu que el fet de ser autònom li permet practicar més aquest periodisme tradicional, a foc lent, que els seus companys de les redaccions veuen gairebé impossible de fer?

A veure... per exemple, estar al Parlament i que la gent et digui coses *off the record*, no; perquè no estic cada dia al Parlament, de manera que no em coneixen. Però sí que treballo les meves fonts, de manera indirecta, dins dels moviments socials, els partits polítics i llocs que considero importants pel fet que pugui haver-hi qualsevol tipus de conflicte social. Conec gent que no són primers espases de partits polítics, però que em passen informació. O gent que està dins de moviments socials, que em passen informació sobre manifestacions i històries abans que succeeixin. Treballo en una segona capa, amb fonts informatives que s'atansen més a activistes que no pas a filtracions de caràcter polític o de la secretaria tècnica del Barça.

Creu que és important reflectir aquests moviments socials i els temes que se surten de l'agenda oficial en les seves peces?

Sí. Intento fer-ho.

Creu que té més llibertat que en un mitjà per proposar la seva pròpia agenda?

Jo faig propostes, però no sempre me les compren. Per exemple, el dia de Sant Jordi no me l'han comprat mai, perquè pensen que és un tema massa local. Depèn. Em pregunten: "Tu què creus que passarà?", i jo responc: "Doncs bé, les meves fonts em diuen que passarà això". I bé, llavors passarà o no, això no es pot saber. Fa un parell de mesos sabia que hi havia una manifestació que intentaria entrar dins de la conselleria de Salut, i vaig dir a l'agència: "Sé que ho intentaran, però no sé si ho aconseguiran". I em van respondre: "Si entren, ens interessa". Llavors sí, intento marcar una mica la meva agenda segons les fonts, però no sempre és segur que et comprin el tema, depèn del caire que tingui.

Té marge per proposar els seus propis temes, o està molt lligat a l'actualitat?

L'actualitat mana, això sempre. Fer temes atemporals és complicat, perquè al final, les agències i les televisions van totes molt marcades per l'actualitat. Aleshores, no hi ha gaire més marge. El dia que s'acabi el tema del procés, suposo que la quantitat de notícies sobre Catalunya caurà, però això mai se sap. També, l'agència per la qual treballa és molt jove, té cinc o sis anys, i està creixent. Aleshores, cada vegada m'encarreguen més peces que no només siguin d'agenda, sinó d'altres temes: des de coses curioses fins a temes que no són tan d'agenda política, per dir-ho d'alguna manera.

Ara parlava del procés. Els periodistes que treballen per mitjans catalans i espanyols diuen que durant els darrers dos anys han notat molt les pressions dels seus caps. En el seu cas, les ha notat, treballant per a mitjans estrangers?

Jo no he tingut pressions de cap mena. Com a molt, m'han dit: "Has d'entrevistar a tal persona", i és clar, aquella persona és d'un bàndol o l'altre. A més, em passen les preguntes fetes: en realitat, faig de "bust parlant". Em passen les preguntes en funció del que ells creuen que és més interessant. Després, jo si veig que l'entrevistat m'evadeix una mica el tema perquè el considera espinós, intento repreguntar. Surto una mica del guió que m'han passat establert de l'entrevista, però respecte a pressions i tal, cap ni una.

I per part de fora, ha rebut pressions de partits polítics o empreses?

Cap ni una. Al cap i a la fi, durant els mesos de setembre i octubre sí que vaig fer molt Parlament, però la majoria de la gent no sap qui soc perquè no em veuen mai per allà, i això em dona llibertat per poder preguntar sense aquest *col·legueig* que hi ha.

Els mitjans catalans i espanyols sovint estan poc valorats per la ciutadania. En el cas dels internacionals, creu que mereixen més respecte?

Bé, els mitjans d'aquí tenen molta influència. Tots els polítics saben que la seva audiència està aquí, i és difícil que et tinguin en compte per fer una entrevista. A un "primera espasa" polític és més complicat, a no ser que truquin des de la central. Si truco jo directament, potser em diran que parli amb un altre i un altre... al cap i a la fi, el seu mercat de votants està aquí. Per tant, si no és alguna cosa molt punyent, és complicat aconseguir un forat.

I per part de la ciutadania, quina creu que és la valoració que se'n fa?

Amb tot el tema del procés, sí que he notat algunes coses. Em sap greu pels companys a qui els criden “premsa espanyola, manipuladora”, perquè la immensa majoria són autònoms i avui estan treballant per un mitjà i demà potser estan treballant per la competència. En canvi, als mitjans estrangers, la ciutadania sí que ens deixa treballar bastant. També és cert que no anem identificats, i per tant no saben per a qui treballes. Tens més llibertat en alguns àmbits, tot i que en d’altres no.

En quins, no?

A les manifestacions independentistes no he tingut mai cap problema; en canvi a les unionistes he tingut més problemes, he rebut amenaces i tal. Tot i això, jo no vaig amb logotips de cap mena.

Com veu, en aquests moments, la situació del periodisme a Espanya?

Nefasta. Hi ha un excés de professionals, i sobretot hi ha molta gent disposada a treballar gratis, la qual cosa és un error. Quan ets jove et fa molta il·lusió treballar, i jo per exemple vaig estar sis mesos treballant gratis de becari, de la qual cosa em penedeixo molt.

Eren les pràctiques universitàries, o ja havia finalitzat els seus estudis?

Vaig fer les pràctiques de tres mesos de la carrera i després vaig demanar una pròrroga per estar-m’hi tres mesos més. Això va ser perquè jo em volia dedicar al món audiovisual i considerava que a la carrera no m’ho havien explicat prou, i volia comprovar si realment m’hi volia dedicar, que al final va resultar que sí. Però crec que hi ha un excés de periodistes, no hi ha tants mitjans ni tantes places... això provoca que, per una qüestió d’oferta i demanda, els sous baixin, i després ens estem fotent tots un tret al peu devaluant el nostre preu. Hi ha gent treballant per 600 euros.

Hi ha situacions que són molt complicades.

Conec gent que ja treballa per clics que rep a la notícia.

I com funciona?

Doncs el professional cobra en funció dels clics que rep. I és clar, si no tens una altra cosa, agafes això; però en el moment que agafes això t’arrisques a què hi hagi algú que s’ofereixi a cobrar encara menys. I aquí t’estàs cavant la teva pròpia tomba, perquè al cap i a la fi, sempre hi haurà algú que estigui disposat a fer-ho gratis.

Molta gent ho fa perquè ho necessita, perquè pensa que així adquirirà experiència o més endavant podrà aconseguir un contracte laboral.

I a més, la crisi ens ha afectat molt. A mi em va agafar la crisi quan vaig passar de fer informatius a programes a Menorca, i d'un any per l'altre vaig perdre un 33% de la meva nòmina. I no només això, sinó que hi ha una crisi de finançament dels mitjans: hi ha només dos grans grups mediàtics que s'emporten la meitat dels ingressos per publicitat, i això acaba fent que les altres cadenes, a l'hora de vendre franges publicitàries, es quedin amb misèria i companyia. Per tant, quan això passa no tens diners per pagar els professionals, els pagues menys, i és el peix que es mossega la cua.

Què va fer, durant els dos anys que va estar a l'atur?

Cobrar de l'atur i tirar molts currículums. Em van oferir feines miserables, com fer una peça de vídeo per deu euros. A coses així m'hi vaig negar.

S'hi va negar, tot i estar a l'atur?

També s'ha de dir que tenia 22 mesos d'atur acumulat, de manera que tenia una mica de coixí per poder escollir. Per tant, pensava: "Faig 20 vídeos i cobro 200 euros? Però si això no em dona ni per pagar la quota d'autònom!".

Per tant, va dir que no.

No, no. Vaig considerar que tenia l'experiència d'haver treballat en televisions locals i autonòmiques, i havia treballat també fent de productor a una productora nacional, on tenia vint persones a càrrec meu. Preferia abans anar-me'n a un supermercat que no pas treballar per deu euros la peça.

Com a autònom i periodista, li venen a demanar gaire sovint que treballi gratis?

Presentar un acte gratis, depèn de què, ho pots arribar a fer per tenir una mica de visibilitat professional, perquè si no ets gaire conegut, el fet de presentar un acte i que et diguin que ets periodista potser fa que els 200 assistents, que igual no havien sentit mai el teu nom, et coneguin. El tema de xarxes socials la veritat és que no m'hi dedico gens i espero no haver-m'hi de dedicar mai, perquè és un tema crec que serveix només per buscar clics i degradar la professió periodística, amb titulars com "*lo que vas a ver ahora te sorprenderá*". Aquesta és una manera de devaluar la feina buscant un titular de fàcil

assimilació, que cridi l'atenció, un periodisme de consum ràpid en el qual mai entres en profunditat a la notícia.

Creu que és cap aquí, cap a on va el periodisme?

A veure.... Sempre queden dels mitjans tradicionals, entenent com a tradicional el meu sector, el de l'audiovisual. Tot i que la televisió no deixa gaire temps per entrar en profunditat en el tema, perquè no és com un article de pàgina sencera en un diari, crec que les televisions són una mica impunes respecte a aquest tema. En canvi, el que és la premsa digital, no. El sistema està totalment corromput, només busquen clics i clics i no saben tampoc com monetitzar-ho. I la premsa de paper és un zombie. Tothom sap que morirà, però no sabem quan. Però tots ho sabem. I el problema és que el model de la premsa en paper, que és una premsa amb uns articles elaborats, llargs, amb firmes, amb gent que porta molts anys; no saben com traslladar-ho a l'entorn digital. Aleshores, el que està virant tot és cap a un periodisme de consum ràpid, que s'atansa molt més, per exemple, al que un dia van ser els diaris gratuïts, amb titulars sensacionalistes i notícies de dos paràgrafs, i sense gaire profunditat, a no pas el que hauria de ser de premsa seriosa. I més quan tenen espai il·limitat per escriure, com és el cas d'Internet. Podries fer una peça en profunditat, però s'està valorant més el clic ràpid que qualsevol altra cosa.

Creu que és una situació reversible?

És irreversible, perquè la gent s'està tornant més impacient. La gent el que busca és llegir el titular, subtítol, primer paràgraf i fora. I molta gent, el que fa, és obrir el diari al telèfon o la tablet i llegir només els titulars. I a no ser que el titular sigui molt cridaner, no entra dins de la notícia.

Com veu el seu futur personal en el món del periodisme?

El veig bé, perquè els mitjans digitals estan tirant cada cop més d'audiovisual, i llavors clar, per mi això és un plus. Hi ha imatges meves a mitjans digitals que abans no existien, i que mai van arribar a tenir una edició en paper. Per al sector audiovisual, això fa que hi hagi més mitjans que puguin distribuir les teves imatges. Llavors, la ràdio és la ràdio, que sempre sembla que morirà però mai es mor, perquè té una cosa que no té la televisió, que és la immediatesa. En canvi, el paper sí que està condemnat a mort. I finalment, el sector audiovisual crec que té bona salut.

Quin paper creu que han de jugar sindicats, associacions i col·legis professionals en la defensa del periodisme?

La qualitat de la professió, al cap i a la fi, és complicada de defensar, perquè la devaluem nosaltres mateixos en estar disposats a treballar gratis. Sempre hi haurà, a tot arreu, gent disposada a treballar per menys. Per tant, la força que tenen aquestes entitats és la que és. Quan hi va haver càrregues contra periodistes per part dels Mossos d'Esquadra, ara fa sis mesos, sí que es van plantar i van arribar a un acord amb Mossos, de manera que, si els periodistes volíem estar darrere del cordó policial, havíem de portar el braçal i l'armilla identificativa. Això ens va permetre avançar, perquè fins aleshores, per molt que anéssis identificat, podies rebre hòsties per les dues bandes. Això va ser molt bona tasca per part del Col·legi de Periodistes. Però tenen la força que tenen. Per exemple, tenen força per parlar amb administracions públiques, però després, de cara als mitjans de comunicació, aquests fan el que volen.

Com a autònom, per quin motiu està col·legiat?

Jo estic col·legiat perquè soc periodista. De fet, ja estava col·legiat abans de ser autònom. Em vaig col·legiar perquè així tens carnet de premsa per entrar a alguns llocs. Ara, al ser autònom, no tindria carnet de premsa d'un mitjà, i almenys tinc aquest.

Creu que els periodistes denunciïn poc la seva situació laboral?

Sí. La veritat és que no ho fem gens. I el que més fem és, per exemple, quan hi ha campanya electoral, no firmar les peces. Ui, però si la gent del carrer ni se n'adona! Li vaig comentar a la meua parella i em va dir: "Què vol dir això de signar-se les peces?". No sabia ni el que era, i la gent del carrer tampoc. Ara que va haver-hi aquest cas que es van requisar els ordinadors a dos mitjans de comunicació, pràcticament va ser només un breu. Només va aparèixer el dia que es va fer la concentració davant del TSJC i després en van fer seguiment un dia o dos. El dia que els van tornar els ordinadors potser van tornar a fer una peça, però no se n'ha fet un seguiment continuat ni se n'ha parlat més.

Per tant, creu que els problemes del periodisme no tenen prou visibilitat?

És un col·lectiu que es mira massa el melic. I em refereixo com a individu, no com a col·lectiu. Som un col·lectiu molt individualista, en aquest sentit. Si tots ens plantéssim i

diguéssim: “Gratis no es treballa”, ningú tindria becaris gratis fent feina de redactor, que al final és el que passa.

A vostè li havia passat, quan començava, de fer feina de redactor amb contracte de becari?

Sí. He de dir que va ser una oportunitat per aprendre, però clar... vist en perspectiva, un sou mínim, encara que fos pagar-te 150 o 200 euros pel transport, s'hauria de pagar. Perquè al final, les televisions locals, sobretot, tiren molt de becaris, i et pots trobar que en una televisió local hi hagi vuit persones en plantilla i quatre becaris. Llavors clar, un terç de la plantilla són becaris. I et pots trobar que sense els becaris no treballaria ningú, perquè no s'aguantaria la cadena. I no és l'excusa que no hi hagi pressupost, perquè de pressupost n'hi ha.

A Menorca va estar, també, tres mesos treballant en premsa escrita.

Hi vaig estar en les mateixes condicions que tenia a la productora. Jo tenia el que es diu un “contracte de productora”: la productora, a part de fer els informatius de televisió, també portava l'edició de la delegació d'un diari econòmic. I allà sí que es notaven les pressions, perquè és un diari d'una ideologia molt marcada. Aleshores, al principi feia esports i no passava res. Per exemple, cobria partits de bàsquet locals, i allà no hi ha ideologia: si guanyen, guanyen; i si perden, perden. Però sí que quan feies peces de política... havia arribat a dir que no hi possessin la meva signatura, perquè del text que jo havia enviat al que després veia maquetat canviava tot completament. M'havien canviat el text, el titular, et trobaves declaracions tretes de context, d'una declaració sencera agafaven només la frase que els interessava per donar-li un caire ideològic... Estem parlant d'una premsa que és netament ideològica. Allà sí que et trobaves que et poden canviar directament el titular i el cos de la notícia, o el primer paràgraf. Potser només canvien el primer paràgraf, però com que la gent només llegeix el primer paràgraf, ja està. Per tant, si el titular o el primer paràgraf tenien un enfocament completament diferent del que tu consideraves que havia passat en realitat, deies: “Treu-me la signatura i posa-hi Redacció”.

Era el seu últim recurs, demanar que li traguessin la signatura perquè no estava d'acord amb el que sortiria publicat? No podia dialogar amb els seus caps i intentar fer-los-ho fer entendre?

Tampoc tenies gaire opció de diàleg. Allà sí que et trobaves que la tendència ideològica del diari estava per sobre de l'ètica i del que fes falta, amb l'objectiu que el partit que defensaven aconseguís la presidència com fos. Si les eleccions anaven a ser igualades, intentaven decantar la balança cap al seu costat.

Aquest va ser el motiu pel qual només hi va estar durant tres mesos?

Jo crec que van veure que per la línia editorial del diari era massa "roig", massa asèptic, que em negava a constrènyer-me al guió que em donaven i les línies tan ideològiques. Per tant, al principi vaig començar fent política i després ja em deixaven fer només successos. Perquè van veure que totes les notícies que acabava enviant eren massa neutres i no tenien cap tipus de càrrega ideològica.

Hi ha relació entre relacions laborals i compromís ètic? És a dir, que si s'està més ben pagat i millor contractat, es poden fer les coses millor?

No. Al cap i a la fi, depèn de la llibertat que et donin. Tenir un millor sou, l'única cosa que et garanteix és que, si el dia de demà et fan fora, cobres una indemnització més gran. Però si el teu cap et demana una línia ideològica i veus que tu no tires cap allà, t'acabarà *foitent* al carrer igualment. Potser l'única diferència és que s'ho pensaran dues vegades, perquè el cost de l'acomiadament és més gran. Però és l'única cosa que miren, perquè si poden posar un redactor més afí a la seva ideologia i que no hagin d'estar els caps de secció retocant les peces, ho faran. El que busquen, sobretot en premsa, on hi sol haver una ideologia molt forta al darrere, és que siguin redactors dòcils, que s'adaptin a la ideologia, que quan facin una peça ja sàpiguen què és el que busquen els caps de secció o la línia editorial, i que no facin una altra cosa.

Que és el que vostè no feia.

Correcte. Jo vaig intentar quedar-me en la mateixa línia editorial que havia desenvolupat a la televisió, que era ser el més neutre possible. A la televisió, si algun dia havia fet alguna notícia que no deixava gaire bé a un polític, no passava res, perquè si s'havia equivocat i havia dit alguna cosa que no tocava, jo la podia dir igualment i mai em van dir res. En canvi, al diari era molt diferent.

S'ha vist obligat a sotmetre's a una ideologia per mantenir una feina?

Conec gent que treballa en premsa de molt marcat caràcter ideològic que, per tal de mantenir la seva feina, són capaços de renunciar a una ètica periodística correcta, i fan les peces en funció de la línia editorial que els demana el mitjà. I també els entenc, perquè tenen por a perdre la feina. Tots sabem que hi ha gaires places, i fins que no marxa algú no tens una plaça nova, com aquell qui diu. Per tant, si tens una plaça, i t'ha costat molt aconseguir-la, suposo que el que pensen és que han de fer tot el possible per mantenir-la. I això és el que s'acaba fent: acabes caient en la temptació de fer el que et demana el mitjà i no el que tu creus que seria el correcte.

I en el seu cas que no s'ha de guanyar la plaça, perquè vostè va per lliure, creu que això és el que li permet mantenir aquesta independència?

Sí. No tinc uns caps, no tinc una línia ideològica... l'agència és totalment asèptica. Sí que, òbviament, no pots ser totalment asèptic i treure't la ideologia que portis de casa, però sí que intentes ser el més imparcial possible. Si ets d'esquerres i estàs en una manifestació d'esquerres i veus que una cosa que està malament -per exemple, que atonyinen algú- jo, personalment, per molt que comulgui amb aquesta ideologia, el que no faré serà eliminar això, perquè és part de la notícia. Llavors, intento ser el més equànim i imparcial possible. A vegades, penses: "M'agradaria que no passés això per no haver-ho de treure", però és clar, també saps que si no ho treus tu, ho traurà algú altre, i això també t'ha d'ajudar a dir: "Ho he de treure perquè està passat". I per molt que pugui editar algunes coses perquè siguin més afins a mi ideològicament, saps que, si no ho fas tu, ho publicarà algú altre, i això també comporta que tu també ho hakis de treure, amb la qual cosa, t'ajuda a abstreure't de la teva ideologia. Saps que algú ho donarà a conèixer, i més avui, que tothom té telèfons mòbils.

C.8 Transcripció entrevista “Sònia”

Com es va introduir en el món del periodisme?

Vaig començar a treballar en un diari a l'estiu, cobrint les vacances dels redactors habituals. Si vaig començar la carrera l'any 1989, això devia ser al tercer curs o així, cap a principis dels anys 90.

Es va oferir vostè, eren pràctiques de la carrera, o com ho va trobar?

No, no eren pràctiques. Em vaig anar a oferir jo. Com que el diari tenia delegació a Palafrugell, i jo soc de Begur, vaig anar allà per escriure temes de festes majors i aquestes coses. Després vaig seguir amb la carrera i vaig fer les pràctiques en una ràdio, els dos estius de 1993 i 1994. I de seguida, quan feia la beca, vaig conèixer el meu marit, tot va anar molt ràpid i em vaig casar a l'any i mig. Per tant, no vaig tenir temps de res i de seguida em vaig casar. Ai, però abans, no sé durant quin mes de 1995, vaig treballar com a responsable de premsa d'un partit a les comarques gironines. Allà vaig descobrir els *intrínquilis* polítics, i aquell any no vaig poder votar, moralment. Vaig obrir els ulls davant de moltes coses que encara no els havia obert, vaig aprendre molt del que hi ha i el que no hi ha. Després, al cap de res, em van trucar de la ràdio per veure si volia anar a treballar a Barcelona. Però em faltaven quinze dies per casar-me, per la qual cosa vaig haver de dir que no podia. Prèviament, també és veritat, m'havien donat una beca a la televisió a la qual també vaig renunciar pel casament.

Va valer la pena, renunciar a la seva carrera professional pel seu marit?

Prefereixo no fer balanç... [riu]. És igual. El cas és que vaig dir que no a la televisió, que era una beca, i també a la ràdio, que ja era una feina de veritat. Però vaig haver de dir que no.

Entenc que en aquell moment abundava la feina per als periodistes.

Sí... ja et dic jo que, de la meva promoció, estan tots a la tele o a la ràdio públiques catalanes.

I què va fer després de casar-se?

El 1996, acabada de casar, vaig començar a agafar resultats d'esports en un diari els diumenges a la tarda. Com que el meu home també hi treballava i a mi m'agradaven els esports, vaig començar a fer això. Ho vaig estar fent un temps fins que va haver-hi dues baixes al diari i em van dir si volia entrar a treballar amb un contracte normal, entre setmana. Vaig dir que sí i em van fer un contracte temporal, que m'anaven renovant cada no sé quant de temps fins que al cap de tres anys m'havien de fer fixa. Però vaig tenir la sort, o la desgràcia, que entremig, sense voler-ho, em vaig quedar embarassada. Això va sentir molt malament a l'empresa, molt, molt, molt, tant, que un cop vaig haver tingut el nen, ja no em van renovar el contracte. Tela.

I què va fer?

Jo no vaig començar a treballar per quedar-me embarassada, evidentment, però va passar i ja està. I que em tractessin així em va sentir fatal. Vaig intentar parlar amb ells per veure si podia fer alguna cosa, però tenien ho tenien claríssim... ja podia dir missa, que encara que els hagués dit que treballava sense cobrar m'haurien dit que no. Per tant, me'n vaig anar a casa feta una merda i pensant que se m'acabava el món.

Com se'n va sortir?

Ai, espera, que abans m'he saltat una cosa. També vaig fer unes pràctiques en un diari de Barcelona, l'any 1994. I mentre estava allà el van tancar i vaig haver d'anar a judici... va ser un daltabaix, va ser la primera experiència judicial-laboral, molt *heavy*. Doncs bé, van tancar el diari i jo estava allà, pobra de mi. Però quan em vaig quedar embarassada i sense feina em van trucar d'una ràdio, i quan vaig anar a fer la prova em vaig trobar un senyor molt agradable que havia conegut en aquell diari, i vaig entrar. Però pensar que hauria d'entrar a les sis del matí en directe, a mi em tenia fregida... a part, això dels directes no és que m'agradi gaire. Per això, quan el mateix dia que havia de començar a la ràdio em van trucar d'una agència de notícies perquè la corresponal de Girona plegava, vaig deixar la ràdio sense ni tan sols haver començat i vaig començar a treballar a l'agència. Just demà farà vint anys. Les condicions del principi, però, eren molt millors que ara.

En quin sentit?

Jo cobrava, em sembla, que eren vuit euros per crònica, que ara no els cobro, i podia fer també temes propis i em pagaven no sé si eren onze o dotze euros per cadascun, però podia escriure el que em donés la gana. Jo havia arribat a publicar 17 o 18 articles al dia.

I els hi pagaven sense problema?

Sí. Eren 200.000 pessetes, uns 1.200 euros que havia pogut arribar a cobrar de l'agència. Vaig estar-hi treballant fins que el delegat de la ràdio estatal es va assabentar de les meves condicions de merda, perquè no em pagaven ni el telèfon...

És a dir, que a l'agència vostè treballava per peça i s'havia de pagar totes les despeses.

Sí. No em pagaven el telèfon i m'havia de pagar els autònoms, tot i que en aquells moments sí que pagaven quilometratge.

Per tant, estava com a autònoma.

Exacte. Llavors, el delegat de la ràdio s'assabenta de la meua vida de merda i em diu: "Vine a la ràdio, encara que només facis una crònica al dia no passarà res, però almenys tindràs el telèfon gratis, estaràs a la ràdio i a nosaltres ja ens anirà bé". Era una cosa molt precària... no sé si pagaven 25.000 pessetes, que era res, però és igual. Jo ho vaig agrair molt. Però això també em va portar problemes.

Què va passar?

Una de les treballadores em va veure com un enemic a batre, i el seu home, que també treballava allà, em va tancar al despatx un dia i em va dir de tot, que si em pensava que jo aconseguiria fer fora la seva dona la portava clara, que ja havien vist com era...

Per què creu que la veien com una amenaça?

No ho sé. Jo tenia moltes ganes de fer coses, i a més cada vegada hi havia més noves tecnologies, però aquella dona no avançava a la mateixa velocitat... sempre tenia molts dubtes a l'hora d'escriure-ho tot. No sé, em van veure així i jo vaig parlar amb el delegat, que era qui m'havia *fitxat*, i li vaig dir que no em sortia a compte una guerra així. Però després vaig veure que, si li explicava a aquella dona totes les meves malalties i desgràcies, ja li queia més bé. I com que en tenia moltes, de malalties i desgràcies, vaig pensar: "Si amb les meves malalties ella disfruta i no m'amarga la vida, doncs endavant". Tenia com una cosa en contra la joventut. Suposo que... no sé, jo ara segueixo sense entendre-ho, perquè no tinc res contra la joventut, però ella em veia com un enemic. És molt trist, perquè jo li deia: "Ara estic molt malament per això, ara m'han trobat això

altre...”. Tot el que li explicava era veritat, que si la fibromiàlgia, que si altres coses... i veia com per dins se n’alegrava una mica. I vaig pensar: “Si així me’n surto, doncs ja està”. De tota manera, no sé què va passar però allò tampoc va durar gaire: un any o dos, perquè era bastant complicat de gestionar i vaig acabar treballant sola a casa.

Quin va ser el proper pas?

Després, no me’n recordo ben bé quin any, crec que el 2005, vaig començar a treballar com a corresponsal d’un diari espanyol.

Seguint com a autònoma: a l’agència li va sumar el diari.

Sí, perquè la corresponsal va plegar i ho vaig agafar jo. Amb el diari tenia 900 euros fixos als quals havia de sumar el que em treia amb l’agència, de manera que era una època bastant bona, perquè rebia diners per un costat i per l’altre.

Era una bona època per als mitjans.

A més, després vaig començar a treballar també com a autònoma per a una altra ràdio i realment va ser una època molt bona, perquè com que treballava com una filla de puta em treia... no sé, havia arribat a cobrar 1800 o 1900 euros al mes. Però la veritat és que treballava molt.

Per tant, per poder tenir un bon sou havia de tenir tres feines.

Això sí. Però després, a la ràdio ens va fer fora amb un correu electrònic que ens deia: “A partir de l’1 de maig prescindirem dels seus serveis esporàdics”, i jo els vaig denunciar perquè van posar “esporàdics”. A més, el director del diari, quan va començar la crisi, el 2007 o el 2008, em va trucar i em va dir: “A partir d’ara no et podem pagar aquests 900 euros fixos, t’haurem de pagar a tant la peça”. I jo li vaig dir: “D’acord, no estic contenta, però què vols que hi faci?”. Doncs millor això que res. Em vaig dir “què hi vols fer”, i vaig seguir treballant. En canvi, a la ràdio va ser diferent, i això que acabàvem de gestionar, feia només dos dies, a quant cobraríem la peça... per tant, quan va arribar el correu, i vaig trucar al responsable de la ràdio a Girona i li vaig dir: “Mira quin mail ha arribat”, i ell va respondre: “Mira, no me’n parlis...”. Després es van començar a moure tots els corresponsals de Catalunya per denunciar-ho. Jo vaig ser una de les que va denunciar i van determinar que era una falsa autònoma, perquè vaig poder demostrar les hores que treballava: em va ser molt fàcil, perquè tots els jutges o magistrats m’han vist

treballar cinc i sis hores a l'Audiència, als plens em veien sortir a les tres del matí... jo tenia dilluns amb sis hores treballades al matí, sis hores a la nit i més. I molts altres dies, com que anava a actes oficials, ho podia demostrar. Llavors, el jutge em va acabar donant la raó, va determinar que jo feia gairebé un 85% o 90% de la jornada d'un treballador fix de la ràdio, i em van haver d'indemnitzar. Per tant, va quedar clar que jo era una d'aquestes autònomes encobertes.

El seu acomiadament de la ràdio va coincidir també amb la crisi econòmica?

Això devia ser el 2012 o 2013, més o menys. Després també vaig deixar el diari, però vaig començar a col·laborar amb un altre diari, també d'abast espanyol. La seva corresponçal va marxar de Girona i tenien un problema per Sant Jordi, perquè no tenien qui els ho cobrés, i els germans Roca van convertir-se en el millor restaurant del món i no sabien tampoc com fer-ho. Per tant, em van demanar si podia treballar per a ells esporàdicament, aquells dies, i jo vaig dir: "Bé, ho faig". I després em van dir: "És que busquem algú, presenta textos i vine'ns a veure". Ho vaig fer i al final em van agafar. Això era del juny de 2013, i he continuat treballant per a ells fins ara. Però abans de casar-me, que al principi me n'he oblidat de dir-ho, havia estat en un parell de revistes fent de *negrera*: firmava un altre però escrivia jo. Fa molta "il·lusió" quan veus el teu article i posa: Pepito Grillo.

Déu n'hi do la de feines que ha arribat a tenir.

També havia fet substitucions en un altre diari durant els estius.

I alguna mala experiència?

L'agència de notícies de la competència i una altra cadena de ràdio van fer una mena de batalla en contra meva perquè deien que els copiava els textos. I això que a l'agència només hi tenien accés els abonats, i jo no n'era, per tant, no podia copiar res, però van anar a pinyó fix contra mi. Jo sempre he pensat que havia de ser una cosa d'inquina de dona, perquè tot va ser cosa de la subdirectora d'aquella agència i no podia tenir tanta mala sang. Cada divendres anava a parlar amb el meu cap, perquè ella el coneixia, i li deia que jo no treballava i que només anava a dinars, que anava a esmorzar amb les amigues... i pensa que el meu home no m'ha donat mai suport en res, però aquí es va plantar i va dir: "Com si vols follar cada migdia, aquesta dona no t'ha de dir res". Al final, em vaig plantar davant del meu cap i li vaig dir: "O em fas fora o creus en mi". Però

aquella dona també va escampar per tots els mitjans de Girona que m'ho copiava tot, de manera que vaig haver de trucar, mitjà per mitjà, a veure si era veritat que s'havien queixat. Era una conxorxa dels de l'agència i la ràdio contra mi, parlant malament de mi a tothom. Jo vaig deixar de parlar amb aquella subdirectora que ho havia manipulat tot, tot i que després tenia la mala llet aquella que te la trobes sola en un ascensor i em saludava, però jo no li vaig dir res mai més. I una altra cosa molt bona que em criticaven: quan jo vaig començar a fer temes pels diaris, citava altres mitjans però no canviava ni el text. Només deia: "segons declaracions a tal emissora", però no canviava el redactat perquè entenia que el tema no era meu. Però moltes vegades, quan el text arribava als meus editors, treien la citació. I això que jo els demanava: "Si us plau, no ho traieu, perquè el problema me l'esteu fotent a mi". Però em semblava que era una cosa d'estúpids que algú pogués pensar que ho feia jo mateixa, perquè a Girona ens coneixem tots i tothom sap quins són els temes de cadascú. Però va ser una campanya *d'acoso y derribo* contra mi. Fins que un dia, una redactora d'aquella ràdio em va trucar i em va dir: "D'aquesta notícia que hem donat, que suposo que la reproduiràs, ens hem equivocat amb la dada, i no és aquesta". I em va donar una altra xifra, suposadament correcta. I jo vaig respondre: "D'acord, moltes gràcies". I com que no sabia què fer, vaig trucar a l'oficina de comunicació dels Mossos i els vaig dir: "M'ha passat això, però aquesta redactora m'ha donat aquesta xifra per algun motiu, perquè ella i jo no ens parlem. Pots recordar-ho, si us plau?". I la noia, amb qui tinc confiança, em va dir: "Sí, i tant". I va passar el temps i llavors des de l'agència de la competència em van dir que els estava copiant perquè la ràdio havia donat la dada equivocada, i jo en canvi havia donat la bona, com ells. Va ser molt bèstia. Llavors vaig trucar a la noia de Mossos i li vaig dir: "Saps aquell número que et vaig dir? Doncs ja sabem què era". Des de llavors, ni amb la ràdio ni amb aquella agència m'ha parlo, intento mantenir-hi el mínim tracte possible. Potser és cert que a nivell personal, amb redactors individuals, hi puc tenir bona relació. Però això sempre quedarà. En aquest món hi ha molta *folla*.

Creu que el fet d'haver estat mare tan jove ha marcat d'alguna manera la seva carrera professional?

Sí, però no sé si això és bo o dolent. Potser, al final, el que va passar amb el diari va ser bo. A veure, potser no és que fos bo, però tot depèn del que vulguis fer. En el meu cas, està clar que rica no m'he fet, però com a mínim, ja que no m'he fet rica, he pogut gaudir. Hagués estat molt més limitada professionalment en aquell diari, que era d'àmbit

provincial, que no pas a l'agència o fent de corresponsal per a diaris espanyols. Això m'ha permès fer moltes coses, bàsicament he fet el que m'ha donat la gana. He pogut fer molts més temes que si hagués estat fixa en un diari, per exemple, on hauria treballat en una sola secció i m'hagués limitat a fer només allò. D'aquesta manera, he pogut fer moltes coses: des d'estar tancada en una habitació amb tres persones i el rei d'Espanya, fins a qualsevol cosa... he detonat una bomba, he anat en globus, he pujat a un helicòpter... Clar, totes aquestes coses no les hauria pogut fer si hagués estat treballant en un sol mitjà. Hauria estat diferent.

Creu que el fet de ser autònoma li dona més llibertat a l'hora de treballar?

Sí, això sí. Molta més. Molta més llibertat i molta més programació dels teus horaris. És veritat que potser un dia treballaré 25 hores, però l'endemà potser només en treballaré tres. Em permet més adequar-ho tot als meus ritmes. La part econòmica no compensa, però quan els nens eren petits m'anava bé. Imagina't que un dia has de deixar de treballar perquè els nens estan malalts i tots dos treballéssim. Aquesta va ser una de les raons també per la qual pensava que ja m'anava bé estar així: si un dia no podia treballar, no cobrava i no passava res. Però si tant el meu marit com jo haguéssim treballat en un lloc on no poguéssim parar, hauria estat més complicat. Per tant, crec que sí que em dona més llibertat; però és clar, és una llibertat com viciada: és cert que puc fer el que vull, però no tinc mai final d'horari. Sempre és: "sí, però...".

És com si tingués una llibertat limitada.

Clar. El que m'emprenya, per exemple, és quan estic en algun lloc i els altres periodistes diuen: "Ara venen a substituir-me". I jo penso: "Ostres, jo porto hores i hores aquí, i les que em falten!". O quan els companys diuen: "És que tinc festa". En canvi, les meves hores no es computen amb diners ni amb res.

Per tant, només cobra per peça publicada.

Sí. I és clar, quan hi ha una manifestació o un judici, que són cinc o sis hores, acabes fent una crònica per a la qual cobraràs sis euros.

Comentaven que les condicions econòmiques han empitjorat amb els anys.

Sí. A l'agència vaig començar cobrant vuit euros, tot i que ara crec que ha tornat a canviar, no en tinc ni idea. Però hi va haver dos o tres anys que no arribava als 300 euros. A vegades n'ingressava 200, a vegades 300... a més, no em deixaven escriure gaire.

Per tant, el que explicava al principi que podia passar tantes cròniques com volgués, es va acabar.

Exacte... ara només en puc passar dues o tres al dia. A més, durant molts anys vaig estar sola, però quan després va venir la crisi i es va haver de reestructurar tot, van enviar el meu cap, que feia esports a Barcelona, cap aquí. Pagant-li una casa, pagant-li el material... Els de l'agència em van dir que havien de tenir una cara visible a Girona, i jo vaig pensar: "Doncs ho portes *xungo*, perquè jo porto molts anys i la cara visible aquí soc jo". Però bé, jo era tan poca cosa que al principi no em deixaven ni comprar loteria, per no tenir vinculació directa amb l'empresa. I després va passar que no podia entrar a la redacció de Barcelona: havia d'estar convidada per algú. Davant d'això, evidentment, vaig deixar d'anar-hi. Ara sé que puc arribar a 400 o 500 euros mensuals si treballo molt, que fa quatre anys no hi podia arribar. O sigui que, alguna cosa ha d'haver canviat que jo no sé, però no pregunto perquè tampoc m'ho expliquen. A part, arriben notes i el meu cap em diu: "No pateixis, ja les faig jo". I què faig jo? Doncs judicis, manifestacions i coses varies que és clar, si computés per hores... seria diferent. L'altre dia, al cap de Mossos, li vaig dir: "Tretze hores, eh!", i ell em va respondre: "T'hauràs fet rica", i jo: "Home, si tretze hores és un tema... calcula mig euro l'hora". Les condicions han empitjorat.

Veu perspectives que puguin millorar?

No pot anar bé. Jo no sé les condicions dels altres, però jo crec que a l'agència impossible, però al diari també tenen molts col·laboradors. A mesura que tenen una baixa a la plantilla, la cobreixen amb col·laboradors que no crec que cobrin massa.

A vostè li van treure el fix de 900 euros que tenia.

Al diari pel qual treballo ara tinc un fix de 400 euros, que és el que cobro si faig vacances i no produeixo.

En seu cap reproduceix les notes de premsa perquè ell, que està contractat, els surt gratis, mentre que a vostè li haurien de pagar. Creu que el fet de ser autònoma l'obliga a treballar-se més els temes?

No és ben bé aquesta la sensació. Sí que hi va haver un temps que pensava: “Ostres, què passa amb totes aquestes notes que se’n van?” Però jo crec que és un problema entre el meu cap i jo. Per a mi és molt dramàtic perquè cada vegada que vull fer una cosa l’he de trucar i preguntar: “Puc fer això?”. Perquè jo veig com s’organitzen en altres llocs, però jo això no ho puc fer. Tot ha de passar per ell. A més, sembla que estic pidolant per poder escriure una cosa... en canvi, recordo que temps enrere no m’imaginava que pogués acabar el dia i jo no hagués escrit tot el que havia passat. Tenia la sensació que hi havia unes notícies i que jo les havia d’escriure totes. A poc a poc, però, la deixadesa d’ells em va fer veure que no passava res si succeïa alguna cosa a Girona i jo no ho passava. Però la meva idea inicial era que no podia passar un fet a Girona sense que fos la meva responsabilitat escriure-ho. És clar, després tot això vaig veure com anava i aquesta sensació va anar desapareixent.

Tenia la sensació de ser com un metge de guàrdia, pendent les 24 hores al dia?

Sí, això sí. Evidentment. Jo treballo cada dia de l’any, per això, quan me’n vaig, necessito anar-me’n molt lluny. Perquè jo, si no treballo el cap de setmana, no és perquè estigui de festa, sinó que serà perquè no ha passat res. Perquè si passa alguna cosa, treballo sempre. Només estic de festa al juliol, que és quan me’n vaig a Galícia. La resta de l’any treballo cada dia, siguin les dotze de la nit, Nadal, Sant Esteve, Cap d’Any, com quan el nen aquell de Banyoles es va perdre... treballar Cap d’Any o quan sigui, això no m’importa. Però això sí que m’he trobat que potser es valora poc.

Creu que les empreses no valoren prou aquesta disponibilitat?

Altres companys tenen tots un sou, i com es deia abans, “els va amb el sou”. A mi, això, no em va amb res. Bé, quan hi va haver els atemptats terroristes de 2017, sí que vaig fer 200 quilòmetres diaris perquè estava a Begur, i vaig estar moltes hores treballant. Clar, allò no es podia pagar com una crònica normal, i m’ho van pagar més bé. O una vegada que vaig haver d’estar durant dos dies en un incendi, no em van pagar només la crònica sinó que m’ho van tenir en compte. Però és la primera vegada, fins llavors mai m’ho havien tingut en compte. O per exemple, les nits que has de cobrir concerts: no és el mateix anar a treballar, perquè jo sí que em quedo fins a l’última cançó a escriure, que anar a disfrutar-ho. A mi em genera com una angoixa, que és que no gaudeixo ni del concert. No vaig a disfrutar, sinó a passar-ho el pitjor possible. Però per mi allò representa que a les set de la tarda ja he de sortir per no trobar cues, patir per si et donen el *set list*...

i amb el meu cap tenim la gran sort que a mi m'agrada un tipus de música i a ell l'altra, de manera que ell fa els grups en anglès i jo faig els espanyols, gràcies a Déu. Perquè si no, a vegades dius: "Això és impossible". També ens entenem bé perquè a ell li agrada molt la política i l'economia i coses d'aquestes, i a mi gens. Llavors, tots els temes judicials, policials i culturals els faig jo, i ell fa més Pablos Casados i coses d'aquestes, que a mi em costa molt.

Per tant, diria que la llibertat d'horaris és alhora el millor i el pitjor de ser autònoma?

Sí, sí. O sigui: la llibertat d'horaris és el millor, perquè et permet adaptar-t'ho a la teva vida, i també és el pitjor perquè se't menja, acabes treballant totes les hores i més. No et substitueixen i ho acabes assumint tot. Perquè un altre periodista, en un determinat moment acaba, i això sí que fa ràbia, quan veus que acaba i se'n va. O quan et diuen: "Jo vaig a la manifestació del matí i el meu company anirà a la de la tarda". En canvi, jo faré les dues manifestacions, la del matí i la de la tarda.

Diu que quan va tenir els nens petits aquesta flexibilitat li va anar bé. A hores d'ara, li agradaria poder tenir una feina més estable, amb contracte, o ja està bé com a autònoma?

Sí que m'agradaria un contracte. La meva gran il·lusió seria, abans de morir-me o de deixar de treballar, tenir un contracte. Un contracte i una panera. Ja veus si demano poc, però fins ara no s'ha donat el cas. Sí que hi havia hagut algun partit polític que m'havia ofert ser cap de premsa, però bé, m'havien dit: "Hi ha la possibilitat, però no et fem l'oferta perquè sabem que t'agrada molt la feina que fas". Jo sempre he pensat que podria acabar en un gabinet d'aquests però ha de ser quan consideri que la meva vida s'ha acabat. Perquè ja sé que no m'agradaria, va ser el primer que vaig fer i allò és un submon on jo no voldria estar per res del món. A part, quan hi treballava havia de trucar i preguntar: "Que vindreu a la roda de premsa?", i a mi això em posa molt nerviosa. No m'agrada la feina d'haver de trucar, insistir, ni ser part. A mi m'agrada ser neutral. Si ets part, ja no m'agrada tant. Potser per això no m'agradaria treballar en un mitjà públic, perquè no m'agradaria tenir coartada la llibertat per poder criticar la Generalitat, per exemple. Això, dintre del que cap ho he tingut molt bé, perquè si trobo que tracten totalment com una merda als agents rurals, ho puc dir. Aquest és un tema que no treuen gaire els altres mitjans, suposo que no deu vendre o alguna cosa així.

El fet de ser autònoma, li permet posar més el focus en els temes que l'interessen a vostè, o l'agenda li ve molt marcada?

A l'agència em ve molt marcat. Quan no hi havia el meu cap jo sempre buscava reportatges de tot tipus, però en venir ell va quedar tot diferent i ja no sabia si podia seguir fent reportatges. Ara vaig seguint coses com si fos una fàbrica: vaig a un judici, a les actuacions policials aquestes... però abans feia més reportatges. Els dos mitjans, però, tenen coses bones. M'agrada la internacionalització de l'agència, el potencial que té, perquè jo escric una cosa aquí i la veig publicada a Galícia, i quan implica gent sud-americana surt a Uruguai o llocs així. M'agrada saber que el que jo escric pot arribar a aquest nivell. I el que m'agrada del diari és que puc escriure temes propis amb una escriptura que no sigui d'agència. A mi m'agrada molt escriure, i el que fem a l'agència no és ben bé escriure: ha de ser més aviat a-b-c i no posar-hi floretes. Sempre m'he contingut molt, i potser per això sempre m'és més difícil escriure pels diaris... un dia, un cap de Mossos em va dir: com pots estar treballant per a tants mitjans diferents? Però jo vaig pensar: "Tinc el cervell molt ben distribuït, perquè a cada lloc sé què hi he de posar i com fer-ho, cosa que no és fàcil". Sí que passar de l'agència a escriure per diaris em va costar més, perquè jo tenia com una contenció. Però sobretot, crec que si una cosa bona tinc, és que mai de la vida he publicat res que no estigués absolutament contrastat, i això és una cosa que sí que m'ha ensenyat l'agència. Perquè a l'agència, o estava al 100% contrastat o allò no es publicava. I això és molt important, perquè he vist molta gent publicar coses que no estaven contrastades. I també és important no manipular.

Creu que el fet de ser una feina tan vocacional per a vostè fa que prioritzis la vocació per sobre d'unes millors condicions de treball?

Sí, absolutament. Però també és veritat que ara he començat a pensar-m'ho... em van oferir una feina que no tenia res a veure amb el periodisme i m'ho vaig estar pensant, i això em va fer reflexionar. El meu home em va dir: "No pot ser", però la situació cada vegada et crema més i jo cada cop tinc menys paciència. Jo ja no tinc 25 anys, han passat els anys i tot ja em rellisca molt més. Per tant, potser sí que arriba un moment que digui: "Prefereixo cobrar a final de mes". Però igualment, en qualsevol feina, sigui de periodisme o d'una altra cosa, estaré en un lloc de fix, i això d'estar tancada... quan estava pensant què volia estudiar quan era jove, vaig veure que no podia estar tancada en un lloc picant números o fent trucades. Per tant, sí que la vocació fa de motor, però no sé fins

quan. Ara sí que m'he obert a la possibilitat de plegar de periodista, que sembla mentida que estigui dient això, per tenir un sou.

Creu que les empreses es nodreixen, en part, d'aquestes vocacions?

Però és que jo, al principi, no en tenia, de vocació. Em va venir un dia que em vaig trobar una *pija* de Barcelona que estiuvejava al poble, que em va dir: “Ai, faré Ciències de la Informació”, i jo vaig preguntar: “Això que és?”, i ella em va dir: “Periodisme”. I vaig dir: “Doncs jo també”. Total, que vaig arribar a casa dient que estudiaria Ciències de la Informació, i els meus pares em van demanar: “Però què has dit?”. Va ser un drama! Jo em vaig apuntar a Periodisme sense saber què era, o sigui que en origen, vocacional zero. I després, mira...

Ha posat la vocació per davant d'una situació laboral més estable.

Sí. I també això inclou la família. He deixat de banda coses per poder estar amb ells, però també els ha anat molt malament, perquè hauries de parlar amb la meva filla. La meva filla, una de les primeres coses que va dir de petita, va ser: “Mama, jo seré qualsevol cosa menys el que ets tu”, perquè em veia tot el dia enganxada al telèfon. La meva filla m'ha retret moltes vegades que primava la feina per sobre d'ella, que això és molt *heavy* que t'ho digui un fill.

Creu que el fet de ser autònoma l'influeix en l'hora de seleccionar els temes, fer que siguin susceptibles de ser comprats pels mitjans?

Jo no persegueixo temes, sinó que veig un tema i pregunto. Llavors, si em diuen que sí, és que sí, i si no, no. Jo penso “ah, podria fer això”, però de seguida pregunto a l'empresa, que és qui em diu sí o no. Si no, ja no rasco més.

Cal optimitzar, doncs, temps i esforços?

Evidentment. Moltes vegades m'ho demanen ells, sobretot al diari. Faig més temes propis per al diari que per a l'agència, per l'agència segueixo més el dia a dia. Perquè total, perquè em comprin dues o tres notícies al dia, tampoc cal que m'hi mati gaire.

Al llarg de la seva carrera professional, quins són els dilemes ètics als quals s'ha hagut d'enfrontar més sovint?

Amb el tema de la privacitat ho tinc claríssim. A mi no m'agrada, sobretot amb temes que impliquen morts. Quan van matar el jutge Lidón, em van dir: "Ves a parlar amb la seva germana a veure què diu". I jo vaig respondre: "No penso anar a preguntar-li, jo això no ho faré. Si voleu que vagi allà i li pregunti si vol fer alguna declaració, ho faré, però no aniré a preguntar res més". No m'hi veig, fent aquestes coses. I amb el que he tingut més problemes, que no n'havia tingut mai, ha estat ara amb tot això del procés, que he hagut d'escriure o dir alguna cosa d'una manera que pensava: "No la puc escriure així, perquè no la veig". Com pots escriure una cosa que no l'estàs veient?

No n'havia tingut, fins ara, de problemes de falta de llibertat?

Al principi, amb l'agència, va venir... no sé si era un ministre o un director general o un no sé què, que deia que tant sí com no havia de veure'm a mi. I jo li responia: "No puc, no tinc temps". I després d'una roda de premsa, vinga a insistir que volia veure'm a mi. I jo allà em vaig sentir com obligada. Sentia que tot el que estava relacionat amb determinat partit ho havia de fer, i això m'atabalava una mica, tot i que tampoc molt. Però el que em trobo amb l'agència és que ara jo escric diferent del que volen. Moltes vegades, sincerament, no m'ho miro i no sé què han tallat, però l'altre dia, amb el tema d'unes estelades robades, vaig escriure que els Mossos havien fet una actuació de merda, i tot això m'ho van treure. Però ja no sé si va ser per contingut o per mida, perquè com que ara està de moda que tot es vol curt, no s'ho miren gaire i tallen on els sembla.

En una agència de notícies, com que els teletips no apareixen firmats amb el seu nom, se sent menys responsable del que surt publicat?

No, no. A mi m'importa un ou que no hi hagi el meu nom. Jo, si sé que he fet una cosa, no m'agrada que m'ho toquin. Moltes vegades, surten coses malament i penso: "Hòstia".

Té opció de parlar amb els seus responsables, de queixar-se o debatre-ho?

Ho he fet en casos molt puntuals, perquè és clar, de qui em queixo? Del meu cap? Perquè aquesta és l'altra: els meus textos els toca tanta gent... l'altre dia un text meu va sortir publicat a Madrid, vaig obrir la secció de societat a nivell nacional, però van tocar-lo tant que no em vaig atrevir ni a llegir-ho per les incorreccions que hi devia haver. Va passar per cinc mans, i tothom hi va fer la seva. A mi em molesta molt, i un cop el meu cap ho va tocar tant que el seu text va acabar dient el contrari del meu inicial. Llavors clar, sí que vaig trucar a Barcelona i vaig dir: "Hòstia, és que és molt greu, això". Jo he arribat a

escriure Benet i m'han posat Banet, i quan estaven buscant l'ultralleuger aquell vaig posar “un artefacte submari” i ells van posar “un submarino está buscando”...i és clar, no era el mateix. En aquests casos sí que truco, perquè si no la gent es pensarà que soc retardada mental.

A vostè li han dit mai com ha d'escriure?

No m'ho han dit mai, però amb això del procés una mica, perquè és clar, jo escrivia “el president Puigdemont” i es veu que no es podia posar “el president Puigdemont”. Però com que tampoc sabia la fórmula, vaig optar per posar això. Perquè tampoc ningú em va dir: “No, no has de posar això” o “a partir d'ara, hauràs d'escriure d'aquesta manera o de l'altra”. No. No m'ho han dit mai, tot i que sé que ho fan. L'altre dia, per exemple, vaig descobrir que al meu diari no es fa servir l'expressió “Estat espanyol”, sinó que es diu “Espanya”. I jo a vegades he escrit “Estat espanyol”. Per tant, m'ho deuen canviar ells. Com que no m'ho han dit, jo ho segueixo posant. Al final, vaig trucar i vaig preguntar: com li he de dir, a en Puigdemont? Perquè havia d'escriure-ho moltes vegades i, com que no sabia com fer-ho, al final deixava forats. Ho deixava en blanc i que ells omplissin amb el que era. Jo al principi posava l'expressió “president Puigdemont” perquè clar, si és el president Montilla, és el president Puigdemont. Doncs resulta que no. Doncs bé, ho deixo en blanc i ja ho omplireu vosaltres com us sembli. O l'altre dia també vaig veure que posaven: “los autodenominados CDR”, una expressió que jo tampoc havia fet servir mai. Clar, hi ha coses amb les quals no estic d'acord, però les poso perquè les he de posar.

I com deia, no pot debatre massa, sinó que són directrius que li venen imposades?

Bé, però això tot això m'afecta fins a un punt. Jo ja sé on treballo, i si una cosa no es posa, ja sé que no la puc posar. Però sí que quan va tenir lloc el referèndum de l'1 d'octubre, em van trucar per avisar-me que a les meves xarxes socials no fos gaire bel·ligerant perquè la meva línia anava en contra de la del diari. Això és molt dur, perquè dius: “D'acord, i ara què faig? Trec d'on treballo? Elimino d'on treballo, o ja no puc dir el que penso, o què faig?”. I ells em van respondre: “No, dona, no és això...”. De tot això em van avisar des de Barcelona, però jo crec que no ho feien tant per coartar-me com per avisar-me del que em venia des de Madrid. O sigui, que l'avís em ve de Barcelona, però jo no crec que ho facin amb mala intenció sinó que més aviat m'estan advertint del que em pot passar. Perquè suposo que amb totes les coses que fèiem al carrer tenien tots els comptes de Twitter controlats, i per tant veien tot el que sortia. Jo vaig optar per treure-

ho. Abans, a la meua biografia posava “Periodista de Girona. Escric a tal agència i a tal diari”. I això últim ho vaig eliminar, ho vaig treure.

Va arribar a patir per si perdia la seva feina?

Home, va arribar un moment que potser sí, però va ser més aviat per la meua actitud personal. Pensa que el 2 o el 3 d'octubre, després de les *hòsties*, vaig entrevistar un Guàrdia Civil, i el *tio* estava amb un atac de nervis, dient que allà els estaven maltractant. Jo vaig escoltar aquell home i, si m'haguessin donat l'ordre d'escriure, ho hauria fet, perquè és la meua feina. Però mentre l'estava escoltant pensava: “Ui, sí, pobrets els de la Guàrdia Civil...”. Això sí, jo ho hauria escrit, si m'ho haguessin exigut. Els que passa és que vaig trucar al diari a Madrid i vaig comentar: “M'ha dit això, què fem?”. I ells em van respondre: “No, no, no cal que ho escriguis, perquè si allà els tracten com militars, és que ja són militars”. I res, no ho vaig escriure.

Creu que aquesta l'època que s'ha sentit menys lliure, a l'hora de treballar?

Sí, amb diferència. Per mi, hi ha un abans i un després del procés. Recordo que un dia vaig llegir en un mitjà digital un article que criticava un article del diari on treballa. En canvi, abans, un mitjà no n'havia criticat mai obertament un altre. Fa dos anys, els mitjans escrivien el que volien, però un diari no parlava en els seus articles dels altres, i molt menys posant noms. I en aquell digital vaig llegir: “Tal diari publica això”, i vaig pensar: “Desgraciats, com és que fan això?”, i a partir d'aquí tothom ha dit de tot de tothom. A mi això és una cosa que em molesta molt, però crec que des de l'1 d'octubre hi ha hagut un nou periodisme, que ja no és el que era, barrejat amb la merda de Twitter i les xarxes socials, que encara l'agregen més, i no sé ben bé en què s'ha convertit. Perquè ara, qui té credibilitat? Ja no es valora la credibilitat, tu poses qualsevol cosa a Twitter i et carregues una persona en tres minuts, sense que ningú hagi confirmat que allò sigui veritat. Per a mi, això és terrible.

L'afecten, en la seva manera de treballar, les xarxes socials i la immediatesa que requereixen?

M'afecten perquè al diari busquen temes de clics, i jo faré els temes que em diguin. Jo no puc mesurar els clics que reben les notícies, però sí que hi ha hagut un canvi i ara volen més temes de Barcelona, de Cultura... i també publico menys en català i més en castellà. Tot i això, a mi no m'afecta massa, perquè jo ja faig les coses tan bé com puc. No sé quin

tema pot canviar, perquè sempre intento fer temes que siguin d'interès per a tothom. Per exemple, tinc la gran sort que m'agrada molt el medi ambient, quan sembla que a ningú li agrada. Com que el medi ambient no interessa a ningú, perquè tothom està per temes més polítics, jo puc fer aquests temes meus. Jo vaig a la meua. I són temes interessants, perquè tothom diu que té tanta consciència ecològica però a l'hora de la veritat no sé on la posen.

S'ha hagut d'autocensurar alguna vegada?

Sí. Tot això ve des de l'1 d'octubre. Ha sigut com un... no tornar a començar, però va haver-hi una època que ho vaig passar molt malament, perquè això de no poder dir el que tu penses és molt *heavy*, i pensar que algú t'està controlant... llavors, el que ningú té en compte és com ens trobem els que tenim una ideologia que no lliga amb el nostre mitjà. Perquè a mi m'insulten de tots els costats, i és molt fort. Un dia, un em va preguntar: "Perquè publiques a les xarxes coses d'aquest diari?", i jo li vaig respondre: "Doncs perquè hi treballo", i ell em va dir: "Doncs fins aquí hem arribat", i em va deixar de seguir. I jo vaig pensar: "Doncs quin tio més imbècil, ja em pots deixar de seguir". I després et sents cridar: "Premsa espanyola, manipuladora", i jo penso: "Jo no ho soc. Soc premsa espanyola, però no manipuladora". Jo no dic que el meu diari no manipuli, però jo no ho faig. Almenys, el que jo escric no està manipulant, i si ho volen manipular, doncs no hi posaré el meu nom. Hi ha hagut alguna vegada que anaven a posar el meu nom i jo no hi estava d'acord, i vaig demanar que el traguessin. No hi volia ser. Però si no, per la resta... és el pitjor moment, amb molta diferència.

El fet de ser autònoma, li posa les coses més difícils a l'hora de defensar les seves posicions davant l'empresa?

Amb l'agència, ni ho parlo, perquè sé que no val la pena. I amb el diari, com que són gent més dialogant, a vegades sí que intento dir: "Amb això no hi estic d'acord". A ells sí que els ho he arribat a dir, i hem trobat una entesa, un terme mig, o una fórmula perquè jo hi estigui d'acord... en canvi, a l'agència, si hi ha algun conflicte, ja se n'ocupa el meu cap.

L'ha fet sentir malament, en l'àmbit ètic, la diferència entre la seva ideologia personal i la dels mitjans pels quals treballa?

Sí, és que et sents descol·locat. No és només jo i el mitjà, sinó també jo i el món. Perquè quan pregunten de quin mitjà ets, no et pregunten a tu personalment què votes. I quan et

pregunten de quin mitjà vens, tu has de dir: “Premsa espanyola”. I és veritat que he tingut una bona acollida de la gent que tinc a prop, que no eren d’aquests *tarats*. Perquè jo, en això d’atacar periodistes, hi estic en contra, li diguin a qui li diguin. Que una televisió manipula, hi estic d’acord, però la manera d’arreglar-ho no és anar a *matxacar* ni impedir fer la feina al pobre desgraciat que està al carrer, com fan molt sovint aquí. Per tant, jo seré la primera a defensar les televisions espanyoles, i em posaré davant de qui sigui, espanyola, catalana o d’on sigui, perquè com deia la meva àvia, “el que no vulguis per a tu, no ho vulguis per a ningú”.

Creu, doncs, que els periodistes de base paguen els “plats trencats” de decisions empresarials i ideològiques que ells no prenen?

Clar, és que la gent, quan insulta, no ho diu pas al director, que no deuen saber ni qui és. A qui troben és al periodista de carrer, i a vegades et venen ganades de respondre: “I tu què dius, imbècil?”. Jo, a segons quins col·lectius els he arribat a contestar malament, perquè veien la llibreta de l’agència i em cridaven. Tot i que bé, jo ja estava contenta, perquè almenys sabien qui era. Però pensava: “Tu què saps de mi?”. I això, si ho parles en petit comitè, ja t’ho accepten, però per què t’has d’anar justificant? Jo, en això, trobo que tenen més sort els que estan en un mitjà que es correspon amb la seva ideologia. Perquè d’acord que els insulten igual, però els insulten només des d’un costat.

I no els suposa un desgast intern.

No, és clar. Això és una de les coses que m’ha *matxacat* més: trobar que estic desubicada, fins i tot a l’hora de parlar amb els companys. Hi va haver un dia que vaig baixar a un sopar del diari per preguntar qui tirava cap a on, perquè entre que estic sola i que la majoria parlen castellà... dius: “Hòstia puta, què està passant?”. I després bé, ja veig que n’hi ha alguns que són molt de l’altre costat, però jo ja els ho vaig dir: “Jo segons què no ho puc fer, perquè ja saps què penso”. Vaig escriure tres reportatges de llaços grocs, i no ha sortit cap dels tres, perquè no anaven en la línia que ells volien. I va acabar escrivint el reportatge dels llaços un d’aquelles *plumilles* que tenen, que va venir de Galícia a Catalunya per escriure’l. I dius: “D’acord, trobo que és una persona que coneix molt el territori”. Així que jo ja els ho vaig dir: “No tornaré a fer un reportatge de llaços grocs”. Pensa que anar a recórrer tot l’Alt Empordà, veure on hi havia llaços, parlar amb gent, amb botiguers, etc. i després no els va agradar com ho havia enfocat. Cony, que em diguin què volen, comencem per aquí!

I si li diguessin com ho volen, llavors ho faria seguint les seves directrius?

No faria res que jo no veiés. Això sí que ho tinc sagrat. Si no ho veig, no ho escric.

Prefereix això que no pas els diners que perdrà si no publica?

Per una merda d'article? I tant. Ho tinc claríssim, ho tinc sagrat. Per a mi, el més important és la paraula d'honor. Quan vaig començar a treballar al diari, un dia vaig escriure una cosa i els de l'agència em van preguntar que per què ho havia publicat per al diari i no per a ells. I em van dir que si publicava continguts per al diari que no publicués també a l'agència, em farien fora. Em van amenaçar. Però jo ho tenia clar: si un tema me l'havia encarregat el diari, no el faria abans per a l'agència. Després escriure'l, sí, però abans no... és que m'estaria traint a mi mateixa, perquè només tinc això: només tinc la meua paraula, i això no ho faré mai. Soc una mica subnormal, com el meu avi, a qui li demanaven dos milions de pessetes de fa mil anys i deia "d'acord", i ho segellava amb una xocada de mans o donant la seva paraula. Que ara penses: "Si fas això, ets retardat mental". Però jo també soc així: no traïré a ningú ni faré una cosa així perquè no entra dins la meua manera de ser.

El més important per a vostè, doncs, és no traïr-se a si mateixa.

Bé, és que si em traeixo a mi mateixa, ja puc plegar. Per què si no, què et queda?

Arran de tota aquesta situació, s'ha plantejat deixar la professió?

No. Arran d'això, no. Si els altres aguanten, jo també. Però ha estat la suma de tot: això, més que els diners són una merda, perquè veus que no arribes... pensa que jo no puc anar-me'n a comprar un rentaplats, perquè com que no tinc nòmina, no me'l posarien mai a terminis. I és clar, que amb gairebé 48 anys no et puguis comprar un rentaplats de merda a terminis, és molt gros.

I perquè té marit i família, perquè si estigués vostè sola, encara seria més difícil.

Sí, cert. Mare soltera i periodista, si no estàs en un mitjà d'aquests potents, ja et pots fotre daltabaix d'algun lloc.

Hem parlat de pressions polítiques. En rep també d'econòmiques? Li fan fer publireportatges encoberts d'empreses que posen publicitat?

No, tot al contrari. En això, l'agència sí que fa una mica més de temes de *peloteo*, però el diari és tot al contrari. Per exemple, l'altre dia ens va arribar una nota de premsa d'uns arquitectes que havien fet no sé quina casa a Aiguablava, i el meu director em va dir: "Jo no me la puc pagar, i molta gent tampoc se la pot pagar, o sigui que no la publicarem". Per tant, absolutament zero. Jo crec que l'agència sí que ho fa, però en tot cas, no ho faig jo, sinó el meu cap, que per alguna cosa ho és. I d'això me n'adono quan no hi és, perquè els altres truquen, i jo els responc: "No, jo no soc d'aquestes".

Per tant, vostè nota més pressions polítiques que econòmiques.

Sí, jo de pressions econòmiques zero. No les noto, però crec que a l'agència sí que hi són. També hi ha gent que contracta el servei de l'agència a canvi d'acords econòmics... sí que hi ha cosetes que tenen amb el meu cap, que amb mi no havien tingut mai. Bé, potser perquè ell també fa de comercial, i jo no havia fet mai de comercial ni m'interessa.

El seu cap, tot i ser periodista, també fa de comercial?

Sí, quan va arribar, sobretot, feia això, buscar abonats. No sé si ara fa el mateix o no, però el cas és que ho ha fet, amb diverses administracions i gabinets de comunicació... encara que facin una merda, ho cobreix. En canvi, al diari, això no passa. Jo sí que amb això tinc una mentalitat diferent de la que dels mitjans locals: per mi, per poder publicar ha de passar una cosa molt grossa, o molt estranya. Si no, les notícies més locals, amb els anys ja no les veig. Ja he après a no veure el que no m'ha de sortir a compte. Perquè si no, seria impossible. Això és com quan mires una pel·lícula, o com quan vas a comprar roba: si vas a comprar un jersei, ja no mires faldilles. Doncs això, per mi, és el mateix. Quan miro notícies, ja no veig segons què, que és inviable. Per exemple, si parlo amb els Agents Rurals, ja vaig directament a l'àmbit català, i si és un tema urbanístic, ha de poder tenir enllaços a un nivell superior. Però no poden ser temes molt locals, perquè no me'ls compraria ningú.

Per tant, ha d'optimitzar el temps.

És que segons què no m'ho compren. L'agència paga segons on es publica la notícia: si es queda a Girona, cinc euros, si va a Espanya, vuit, i si és no sé què del món, deu o dotze. Bé, sé que darrerament hi ha hagut algun canvi, però a mi no m'ho han dit.

Deia que el més important, per a vostè, és contrastar. Amb la rapidesa de l'entorn actual, és possible? La pressionen molt per publicar ràpidament al web?

Algunes vegades sí, però tampoc molt sovint. I a mi m'és igual ser la quarta o la cinquena en publicar, això no m'importa gens. Jo, el que no suportó, i a més en un nivell obsessiu, és escriure coses malament. No ho aguanto. I a més, sense voler, m'adono que és una cosa que critico molt dels meus companys. Jo no sé de moltes coses, però el que no sé ho pregunto, i no suportó quan es publica una informació incorrecta. Per exemple, ara amb la sentència dels agents rurals... assassinat amb traïdoria... aquest càrrec no existeix, i tots els mitjans ho ha dit. "Assassinat amb traïdoria" no existeix, sinó que en tot cas és "assassinat per traïdoria", perquè és un homicidi que, en haver-hi traïdoria, es converteix en assassinat. Per tant, és un assassinat per traïdoria. I com aquest, molts altres casos. "Ha quedat en llibertat amb càrrecs": això no existeix. Què són, els càrrecs? Qui te'ls ha dit? I a més, com més gran et fas, més se t'agreugen les coses. No. Jo prefereixo trucar dos milions de vegades a tothom perquè el que jo escrigui sigui cert tot i el més semblant possible a la realitat, més que no pas ser la primera a publicar. Ser la primera, a mi, no m'importa gens. Jo, el que no vull escriure són incorreccions. No ho suportó. No seré mai la "Top1", però no m'importa. No vull que la gent pensi: "Ui, què ha posat aquesta aquí?". Això amb l'agència em passa molt, perquè com he dit em toquen molt tots els textos, però jo no ho suportó. En canvi, al diari, si veig que han tocat el meu text i hi ha alguna incorrecció, encara que siguin les dotze de la nit, els truco i els ho faig canviar. És un tema que em molesta fins a uns límits insospitats. És que no sé què costa. Els desgraciats com jo no estem en una secció, sinó que escrivim de tot. I jo no entenc de submarinisme, no entenc de res... saps? Per tant, truco al millor expert, o a la gent que tinc la sort de conèixer... encara ara truco a advocats perquè m'expliquin coses judicials. I després hi ha, i no diré noms, qui fa un tema que dius "hòstia puta, com pot ser això?". Coses, sobretot, judicials, que es diuen frases o expressions inexactes. O també amb el tema dels agents rurals, l'altre dia: acabaven les declaracions i una periodista va dir: "El judici ha quedat vist per sentència". I jo pensant: però si encara no hi ha hagut el veredicté! Primer han de deliberar, els del jurat. I penso: "I ningú li dirà res?". Però si no es diu res, com s'adonen que s'han equivocat? O atemptat contra l'autoritat. Jo a vegades faig tuits que semblo boja, però és que un policia no és una autoritat. Són atemptats a agents de l'autoritat. Li fots una hòstia a l'alcaldesa i li has fotut una hòstia a l'autoritat. Li fots al cap dels Mossos, i és un agent de l'autoritat.

Intenta buscar sempre el màxim de fonts possible?

El màxim, sí, és clar. El màxim de fonts i, si no és una cosa que necessito fonts, doncs algú que sàpiga. Jo no sé els detalls i concrecions de cada tema que escric, i sempre intento buscar la persona que en pugui saber: si és advocat, advocat, o si és policia, policia, però que sàpiga del tema que he d'escriure, perquè jo moltes vegades no ho controlo. Per tant, el *tempo* m'importa un *ou*. A veure, tampoc vull ser l'última, però prefereixo que el text sigui correcte o el màxim de correcte que no pas que sigui el primer o el segon en ser publicat. Això m'és absolutament igual.

I la còpia d'informacions, és una pràctica cada vegada més estesa?

Jo no, no. A veure, "copy-paste" en faig amb una nota de Mossos, si és una merda. Però normalment, fins i tot amb les notes de la Guàrdia Civil, que són merda on quasi no pots buscar res, truco per veure si em poden donar alguna informació més que no sigui només allò. A més, moltes vegades, si has anat a l'acte, t'adones que les seves notes són una merda. Per tant, jo intento trucar perquè algú m'expliqui més coses de les que hi ha allà escrites. És veritat que notes de premsa de Mossos o així que poden estar bé... doncs bé, potser encara passen. Però per exemple, l'altre dia, la nena aquella desapareguda: vaig trucar a l'Ajuntament, a la Policia, als Mossos... total, només per dir que una nena havia desaparegut! O també aquella noia que va dir que l'havien intentat segrestar: vaig parlar amb quatre fonts diferents. Jo ja sabia que estava escrivint una cosa que no era veritat, però s'havia d'escriure. Jo intento parlar amb tothom.

Estant fora d'una redacció, creu que té més temps per preparar-se els temes?

No. I de fet, tampoc he estat mai en una redacció, de manera que no ho puc comparar. Jo només veig que a les pel·lícules diuen: "*Prepárame este tema para dentro de tres semanas*", i se'n van a cobrir-ho, i viuen una aventura... i jo: *me cago en la puta*, que a mi em truquen divendres que haig de fer alguna cosa per al cap de setmana! Jo no sé a les redaccions com van, si ho fan tot pel dia o no.

Com veu, en aquests moments, el periodisme, tant de condicions laborals com de qualitat del periodisme?

Les dues coses molt malament. I és molt trist. De condicions laborals estem molt malament. Jo, almenys, estic molt malament, però estic segura que, a part de tres o quatre

mitjans, la resta de companys estan... potser no tan malament com jo, perquè el fet de no tenir un sou genera una inseguretat, però vaja, cobrar mil euros al mes, encara que tinguis un sou, tampoc és la panacea. Per tant, jo crec que econòmicament estem molt cardats, i és molt injust, perquè segur que hi ha gent que fa un article de merda o que surt a la tele durant cinc minuts i cobra una bestiesa. I aquesta és una altra cosa: el tema de l'intrusisme, que no ho hem parlat. Tu estàs treballant com un desgraciat i va algú que és el fill o la dona d'algú, a la tele, i li donen un *pastón*. I tu estàs allà treballant per sis *putos* euros. Per tant, econòmicament estem molt malament. I trobo que és molt injust, perquè els periodistes no es mereixen estar pagats d'aquesta manera. Perquè tant que es parla del salari mínim interprofessional, qui mira on està el mínim dels periodistes? Perquè el salari mínim, a més, pels autònoms ja no compta.

Com creu que es pot resoldre aquesta situació, si és que hi ha solució?

Econòmicament? No en tinc ni idea. No es pot. Un cop els has tret diners a la gent, com els els tornes a donar? Si saben que treballo i me'n donen 500, per què me n'han de donar 1.200? Ja sé que no va ser el meu diari actual el que em va treure els 900 euros fixos, però jo a vegades els he demanat una seguretat i tampoc m'han donat res. A mi, per la situació general del periodisme, no hi ha cap opció que m'agafin fixa de cap manera. L'única solució està a les meves mans, i consisteix a anar escrivint cada cop més coses. Però clar, també requereix més hores, però les hores del dia són les mateixes... el meu ideal del periodisme seria poder treballar per a un sol mitjà i tenir un sou, però moriré i no ho hauré tingut. Per tant, econòmicament estem molt malament, i la resta molt pitjor. Perquè el periodisme, per mi... ara fins i tot ploraria, perquè per mi s'ha perdut ètica, s'ha perdut qualitat... s'ha perdut tot. El concepte de què era el periodisme... jo crec que el periodisme té una funció sociològica, pedagògica, de fer arribar els problemes existents a la societat, i ara ens hem convertit en un *correvedile*. I a més, sense protestar. Som una mica més que un *puto* tuitaire de merda d'aquests, només que ho posem en un diari o en una tele, però no hi ha gaire diferència. Per mi, ara és un moment molt trist, dramàtic i dolorós, veure en què s'ha convertit una professió que estimo amb tota la meva ànima. Jo crec que hem perdut molt: hi perdem nosaltres, hi perd la societat i no sé si això es recupera. Jo crec que un cop hem fet aquest pas, que ens hem saltat les línies vermelles, no hi ha volta enrere. I en què et converteix, això? Jo crec que hi ha mitjans que escriuen coses que són conscients que són falses, o que estan manipulades... i hòstia.

S'ha perdut, doncs, el principi de veracitat que ha de regir la professió?

Per a mi ja no existeix. Com també crec que no existeix la justícia, que és una cosa que abans era molt evident, però que ara ja és flagrant. I la qüestió de la veracitat, per a mi, també és nefasta. Veure que es poden arribar a escriure certes coses... a més, jo crec que hi ha periodistes que no van ni als llocs, sinó que només agafen coses d'altres periodistes. Jo he hagut de contestar algú a Twitter, per privat, perquè a més és algú que conec, i dir-li: "Això que estàs dient és absolutament fals", perquè s'ho han copiat d'algú altre i ho agafen com a bo. Per exemple: els advocats tenen una funció, que és defensar els seus clients, i per això poden manipular, mentir, tergiversar... però els periodistes, això, no ho podem fer. Els periodistes hem de ser fidels a una veritat i una realitat. D'acord que cadascú pot tenir la seva opinió, però s'ha de mirar de ser el màxim d'equànime possible. Fa un dia o dos, vaig escriure un tuit sobre les estelades, i els *tabarnios* em van contestar. Jo ja vaig mirar que el meu tuit fos real en tot, i vaig escriure: "Han jutjat deu persones que havien tret 85 estelades i han recorregut els fets i el fiscal no ha acusat". Vaig ser el màxim d'acurada perquè no em poguessin dir res. A mi em pot agradar o no, però els fets són aquests. Jo crec que això és el que s'ha de fer sempre, explicar els fets, perquè per posar l'opinió ja teníem les editorials. Però ara sembla que ja no és així. Ara, en un 80% dels articles hi ha més opinió que no pas el fet en si, quan l'esquema que ha de tenir una notícia és molt clar. I això crec que ho hem perdut molt, i per mi va en detriment de l'honradesa de la nostra professió i de la informació que rep la gent. Això que alguns reben només el que volen sentir, però el periodista no hauria d'escriure per a un públic: el periodista escriu la cosa, la realitat, o el més real possible, i després l'altre ho llegeix, li agradi o no. I després, a part, hi ha les opinions.

Fins a quin punt creu que influeixen les condicions laborals en què treballen molts periodistes en la informació que s'acaba publicant?

Evidentment, l'experiència l'agafes treballant. Com més joves... no és que el producte sigui pitjor, però bé, potser d'alguna manera sí. Sí que ho és perquè segurament no tenen tantes fonts, no saben tant com gestionar-ho... no és que el producte sigui dolent, però segurament no és tan bo com el d'una persona que hagi estat més anys treballant, però només per una qüestió de *tempos*. Només per l'experiència. Però les condicions laborals no crec que influeixin, perquè les meves són una merda i jo sempre he donat el 100%. Bé, és clar, depèn de com sigui la persona. Però les meves condicions sempre han estat les

pitjors possibles i jo sempre he intentat fer-ho el màxim de bé. Per tant, no seria tant pel tipus de condicions laborals com pel tipus de persona que ets o fins a quin punt hi estàs involucrat, perquè hi ha gent que es creuen estrelles i diuen: “Jo, per aquests diners, no ho faig”. Doncs mira, jo sí.

Finalment, quin creu que ha de ser el paper d’associacions, sindicats i col·legis de periodistes a l’hora de defensar la professió?

Bé, clar, jo no conec gaires associacions ni res, però jo no sé si es fa bé. Jo crec que potser no. Per exemple, amb el Col·legi sempre m’he trobat una llunyania, i els ho vaig dir.

C.9 Transcripció entrevista “Irene”

Com es va introduir vostè en el món del periodisme?

Jo ho tenia molt clar des de petita, des de setè de bàsica. Tenia molt clar que volia treballar a la ràdio, i per treballar a la ràdio havia d'estudiar Periodisme. Per això vaig estudiar Periodisme. Necessitava aquell paper que demostrava que podies treballar de periodista. Aquesta va ser la meua manera d'entrar en aquest món.

Diu que necessitava “el paper”. Creu que la carrera només li va servir per obtenir el “paper”?

Home, em va donar alguna cosa més, però segurament no gaire. Jo, el que sé, ho he après molt més després, amb la pràctica professional. La carrera, almenys a la meua època, era massa teòrica, i clar, una carrera com aquesta hauria de ser molt més pràctica.

Creu que és necessari haver estudiat periodisme per exercir com a periodista?

Vist el que he vist no és necessari, si tens una bona formació. El que passa és que ser llicenciat en Periodisme és una condició *sine qua non* per treballar a la meua empresa, almenys si vols presentar-te a les oposicions, com jo vaig fer.

Comentava que s'hi volia dedicar des de setè de bàsica. Era molt vocacional, doncs, en el seu cas?

Sí. M'agradava molt la ràdio, escoltava molt la ràdio i volia treballar a la ràdio.

Com va començar a treballar-hi?

Vaig començar mentre encara estudiava la carrera, que vaig començar a treballar en una emissora local. No era municipal, sinó privada. I vaig compaginar la carrera amb aquesta feina. Després aquesta emissora va tancar, per un problema de llicències. I quan vaig acabar la carrera, vaig començar a treballar en una emissora municipal. Al cap de pocs dies em van cridar del poble del costat, de manera que anava als matins a un lloc i a les tardes a un altre. En aquestes emissores municipals hi feia programes, i m'hi vaig estar uns mesos, no gaires, perquè em va sortir la possibilitat de treballar en serveis informatius en una emissora privada de Barcelona. No és que fos res espectacular, però vaig fer aquest

pas. Llavors em vaig assabentar que hi havia oposicions a una emissora de ràdio pública i vaig apuntar-m'hi per assabentar-me de com era. La meva idea era: “Vaig a veure com és i aleshores em preparo bé per l'any que ve o quan sigui”. Però vaig tenir la sort que vaig aprovar, i per això porto tota la vida aquí.

Quin any era?

Vaig acabar la carrera el 1988, de manera que vaig entrar aquí el 1989.

Com eren les condicions laborals en aquestes emissores anteriors?

Bé, era tot bastant precari. Teníem uns sous baixets, però era el que hi havia en aquell moment. Si anaves a treballar en una altra cosa, cobraves més, però jo em vaig dir: “Em dono un marge en això del periodisme, perquè encara que siguin sous baixos, jo vull això. I si no me'n surto, ja me n'aniré a fer de secretària o el que sigui”, que eren les feines que estaven millor pagades. Però jo, de moment, volia intentar-ho en el món del periodisme. Anava a Mollet a la tarda i a Montmeló al matí, de manera que em passava tot el dia amb el tren d'excursió, però feia el que m'agradava, i valia la pena. Jo crec que qualsevol esforç, quan fas el que t'agrada, està bé. Llavors ja vaig venir a Barcelona, que tenia un horari més controlat, i després ja vaig entrar a la ràdio pública. Jo no em queixo, perquè la meva evolució ha estat bé.

En aquell moment, quan començava, hi havia feina o ja era difícil d'aconseguir?

Potser no era tan difícil com ara, però tampoc és que fos molt fàcil. De fet, jo tinc molts companys de curs de la universitat que no van trobar mai feina. Estava millor que ara, segurament, però tampoc era molt més fàcil.

El periodisme de llavors ja era precari?

Sí. Però jo reconec que soc com del final d'una etapa, que encara vaig poder aconseguir una bona feina amb un bon sou per poder viure d'això. Perquè és veritat que ara mateix hi ha molta gent que pot tenir feina, però el seu sou no és bo. Sobretot això passa en empreses privades, i és clar, és una llàstima que et passis quatre o cinc anys estudiant una cosa -encara que la carrera no sigui segurament tot l'il·lustre que hauria de ser-, dedicant-hi el teu temps i el teu esforç, i l'esforç econòmic dels teus pares, i no hi hagi una recompensa. Si tens el suport de casa, és l'única manera, però si tu t'has de pagar un lloguer i tot això, no pots viure del periodisme. Esperem que això algun dia canviï,

esperem que algun dia s'acabi la crisi del periodisme... estem en una crisi del món, i del periodisme també: el periodisme és un dels sectors que més ha patit la crisi econòmica, amb acomiadaments, precarització de la professió perquè els sous són molt més baixos.... Som unes víctimes de la crisi, està claríssim. També és veritat que ens hem de reinventar, segurament. Però tothom ens deia que el futur, bé, ara ja el present, eren els mitjans interactius... i en canvi ara veiem que també hi ha crisi als mitjans interactius, que també estan acomiadant gent. Per tant, ja no sé quin futur ens espera.

Què li va suposar el fet d'entrar a treballar en una ràdio pública?

En l'àmbit professional, jo tenia ganes de treballar en una empresa que tingués uns serveis informatius potents, i això ho vaig aconseguir, és clar. I després, econòmicament, no hi havia color. En aquell moment, que estava acostumada a cobrar sous súper baixos, el sou em va semblar astronòmic. Jo quan vaig començar a treballar a les emissores municipals cobrava 25.000 pessetes. Quan estava a totes dues era més, perquè eren dues, però tampoc era per tirar coets. I després, quan estava a l'emissora de Barcelona, cobrava el mateix que quan estava a les altres dues juntes. Eren "souets". En canvi, quan vaig entrar a la pública, ja era un sou com de persona gran. Fins i tot a casa, la meua mare es va quedar espantada perquè va dir: "I això cobra una nena de 18 o 19 anys?". És veritat que aquell era un altre moment i, com que no em desgravaven gairebé res, cobrava molt, però quan va arribar Hisenda i vaig fer la renda, em van *fotre* un pal impressionant. Però bé, ja tenies un sou per poder viure d'això, i això era molt important. I malgrat la crisi, el fet d'estar en una empresa que paga cada mes i que paga uns sous que estan bé, et permet una estabilitat. Per als que comencen ara és diferent: tot i que tenen molts millors sous que a l'empresa privada, no cobren el mateix que nosaltres. Hi ha diferències, però tot i això, estan molt millor que si estiguessin en una emissora privada.

Els joves que entren ara, també poden aconseguir una estabilitat?

Depèn. Hi ha contractes de pràctiques de dos anys, i després potser pots tenir un contracte eventual o així, però no hi ha aquesta estabilitat que podíem tenir nosaltres. Nosaltres vam entrar per oposició, la qual cosa ens dona uns certs avantatges, però ara ja fa temps que no hi ha oposicions.

Com ha estat la seva trajectòria a la ràdio pública?

Quan vaig començar, va ser el típic: quan entres en un lloc, que has de fer els pitjors horaris. I et diuen: “Què vols, nits o caps de setmana?”. I jo vaig dir que caps de setmana. Vaig estar molt de temps treballant el cap de setmana i personalment estava súper bé. A vegades, treballar amb equips més petits et permet unes condicions com de confort, i hi ha com molt bon clima. Jo vaig estar molt bé, fins que és clar, arriba un moment que ja tens criatures, i les criatures et reclamen. Quan són petites et va molt bé aquest horari perquè les pots cuidar, però arriba un moment que volen fer coses amb la mama el cap de setmana i has de fer aquest pas. Per això vaig canviar, perquè els nens em reclamaven. I ara sempre dic que tornaré als caps de setmana, però per una cosa o altra, no ho acabo fent. I bé, la meva trajectòria ha estat: redactora d’informatius, editora d’informatius, coordinadora d’informatius, després arriba un lloc com a cap d’informatius, i arriba un dia que ets directora. Per tant, he anat passant per tot arreu, i ho he anat veient una mica tot. També he estat al Consejo de Informativos de RTVE, que et permet veure les coses des de l’altra banda. Et permet tenir una visió de conjunt i entendre moltes coses, perquè quan ets redactora no entens el que fa l’altra banda. D’aquesta manera, entens que no només es tracta que tu vulguis fer o no una cosa, sinó que a vegades potser la vols fer però no tens els elements, o la capacitat, o no t’ho deixen fer. Per això, en aquest sentit pots “disculpar” alguna cosa dels caps, però altres vegades també els reclames una sèrie de coses perquè els dius: “Jo ho he fet, o sigui que tu també ho pots fer”. Per tant, hi ha les dues vessants.

A mesura que va anar ascendint, amb més responsabilitats va tenir més llibertat per fer les coses com vostè creia que s’havien de fer, o al contrari, va tenir nous condicionants?

No. Jo sempre he intentat anar eliminant o suavitzant aquests condicionants, perquè has d’intentar tirar endavant. Jo crec que està molt bé començar des de baix, perquè ho vas veient tot. Perquè si de cop i volta et posen allà dalt i no saps ni de què va... mira, jo de fet mai havia tingut vocació de ser gestora -perquè quan estàs a dalt ets més gestora que periodista-, i no pensava a fer això, mai de la vida m’havia passat pel cap. Però són coses que et venen a la vida, saps que és un parèntesi i que després tornaràs a fer el que tu vols, que és fer de periodista. I ara, amb 30 anys de professió, he aconseguit deixar informatius i passar a programes, que et dona una altra visió, tractar els temes d’una altra manera... i això no vol dir que hi estigui tota la vida, no sé què faré l’any que ve, però de moment aquest any estic a programes i estic molt contenta amb la feina que faig. Trobo que aquesta

professió et permet fer moltes coses diferents, i a vegades, a mi em va passar aquí, t'encasellen a informatius i no et deixen sortir a fer altres coses, i tu dius: "Però si jo vull fer altres coses!".

Després de 30 anys a informatius passar a programes, vol dir que la seva vocació estava intacta?

És clar, jo volia entrar aquí per estar a la ràdio, i estar a la ràdio és per fer programes! [riu]. Bé, quan estava a informatius també havia fet programes, però havia de compaginar les dues coses, de manera que era una bogeria. Havia de matinar molt per fer els informatius matinals, i després dedicar tota la resta de temps a programes. En canvi, aquest any he aconseguit estar només a programes, tot i que m'han posat a tres, de manera que tampoc és que descansi gaire.

El fet de ser dona ha condicionat d'alguna manera la seva trajectòria professional?

Ja sé que és un tema que es parla molt, i jo estic convençuda que sí, però el que passa és que quan estàs en una empresa pública tot això se suavitza bastant, perquè el sou i tot això és el mateix per a homes i per a dones. Però sí que és veritat que si et compares amb alguns companys homes, i n'hem parlat a vegades amb algunes companyes, ells ho tenen més fàcil, perquè no tenen primer els condicionants familiars, perquè tristament això recau en les dones. Jo sí que he dit que no a coses: quan les meves criatures eren molt petites em van oferir càrrecs de responsabilitat i jo vaig dir que no, perquè considerava que en aquell moment la meva obligació i la meva devoció eren els meus fills, ells eren la meva prioritat. Quan els nens van ser més grans sí que vaig poder dir que sí a aquestes responsabilitats, perquè els nens ja no et reclamen tant. I en el cas dels homes, tot això, encara que tinguin criatures petites, no els afecta tant. Hi ha excepcions, hi ha homes que estan molt implicats. Però en general, als homes tot això no els afecta, per la qual cosa la seva carrera no se'n ressent, i en canvi en el cas nostre sí, perquè has d'anar triant. També és veritat que hi ha hagut dones que ho han tingut molt clar i han dit: "La meva carrera és el primer i els nens ja s'apanyaran"; hi ha de tot i tot és legítim, cadascú fa el que li sembla. Però en aquest sentit, jo mateixa m'he anat frenant perquè tenia altres prioritats.

Ha pogut conciliar la vida laboral i familiar?

Sí. He pogut conciliar perquè he tingut la sort de tenir els meus pares que m'han ajudat molt, això també s'ha de reconèixer [riu]. Això també és difícil: si no tens algú que et doni un cop de mà, o que tinguis un cangur de molta confiança, és molt complicat.

I això treballant en un mitjà públic, on els horaris estan més delimitats.

Sí, jo he tingut la sort que, com que vaig treballar molts anys el cap de setmana, tenia la setmana per cuidar els meus nens. Jo anava a treballar divendres, dissabte i diumenge, per la qual cosa el cap de setmana, si hi havia el seu pare, el seu pare estava amb ells, però com que ell també és periodista, ell també molts caps de setmana no hi era. I llavors a tirar d'avis, que era la manera. Perquè a més, el tema de trobar cangur el cap de setmana també és més complicat. A més, com que vam començar amb els avis, ja estava com institucionalitzat. Però si no tens aquesta ajuda, és una mica complicat en feines com aquestes, que tenen uns horaris difícils. Jo sempre els he tingut una mica més controlats, en canvi el meu marit sempre els ha tingut més descontrolats.

Cremen, aquests horaris?

Sí, cremen per totes aquestes dificultats que tens en la logística familiar. El que passa és que clar, quan tots dos som de la mateixa professió, se suposa que ho has d'entendre més. Perquè a vegades es fa dur, perquè en el cas del meu marit, ell viatjava molt. Ara amb la crisi ja no viatgen tant, però ell està a Esports i viatjava molt, i jo de cop i volta em trobava que no hi era, i si tens repartida la feina que ell porta els nens al cole i tu els reculls, quan no hi és no hi ha ningú que els porti, i llavors t'has de buscar la vida a veure qui te'ls porta. I si és estiu, ja ni t'explico. Perquè tu tens un mes de vacances, i els nens gairebé tres: l'estiu és molt llarg. Si no és amb els avis, és impossible.

Diu que, amb la crisi, el seu marit, que fa Esports, no viatja tant. S'ha notat, a la seva empresa, la crisi?

Aquí, al que és a la ràdio, no gaire, perquè sempre hem viscut en crisi, per la qual cosa jo crec que la crisi en certa manera ens ha beneficiat perquè ens ha igualtat a tots. Nosaltres sempre hem tingut poc pressupost, per la qual cosa sempre hem viscut en crisi. Quan la crisi ha arribat tots els mitjans i ja no es poden pagar les xifres que es pagaven pels contertulians, arriba un moment que t'iguales als altres: com que les altres emissores han hagut de rebaixar tarifes, venen més a les teves tertúlies. En aquest sentit, jo crec que la crisi ens ha beneficiat... bé, no ha beneficiat a ningú, però ens ha igualtat als altres. Però

ara, ja fa uns anys que ja no hi ha direcció de ràdio. De fet, jo vaig ser l'última directora. Van dir que, per estalviar, hi hauria un mateix director per a la tele i per a la ràdio. D'aquesta manera, s'estalviaven tots els directius de ràdio. I quan depens d'un altre mitjà, ja no som tan autònoms, depenem més dels altres.

Creu que això s'ha notat en els continguts?

En el meu cas no, a mi ningú m'ha dit mai "això no ho pots fer". Potser a posteriori m'han dit: "has fet tal cosa", i jo "sí". Però jo crec que no hi ha pitjor censura que l'autocensura, i si tu creus que has de fer una cosa, la fas. I si després et cauen pals, ja et cauran. Però d'entrada, no et tallis, tu. Perquè si no, no faríem res. Però això han estat molt poques vegades. Jo faig programes petits. Si en altres programes més grans hi ha aquest control, no ho sé.

El fet de tenir fills, responsabilitats familiars... l'ha fet anar més amb compte i haver-se de mossegar més la llengua?

No, perquè a més, jo treballo molt en el tema de drets humans. Per mi, els drets humans són una cosa que tothom hauria de defensar. I jo, quan crec que s'ha de fer una cosa, la faig. No miro a qui pot molestar. Per exemple, coses com el feminisme: tothom hi està d'acord, o bé, tothom hi hauria d'estar d'acord. Però quan ara veus el que veus, que el periodisme està al punt de mira, que si les *feminazis*, penses: "Però què està passant, de què estem parlant?!". I això et referma, tens clar que s'ha de defensar. Igual que el tema de la violència de gènere, que ara està tant en qüestió.

Amb quins dilemes ètics s'ha trobat al llarg de la seva carrera professional?

Mira, jo els dilemes que he tingut... com que faig temes de drets humans, sempre tires cap a entrevistats de determinada tirada: defensors de drets humans, ONG... i a vegades he pensat: també hauria d'anar a l'altra banda, a les institucions, a dir "veniu i expliqueu-ho". A vegades se m'obren els ulls i penso: "Haig de trucar a aquells", i els truques, i a vegades et venen i a vegades no. Però bé, tu ja ho has fet.

El fet d'haver-se tret unes oposicions i treballar en un mitjà públic, li dona més llibertat a l'hora de fer temes que si estigués en un mitjà privat?

Segurament sí, perquè en un mitjà privat tens un doble condicionant: d'una banda, cap mitjà és políticament neutre, però ells a més tenen el condicionant econòmic, que no pots

anar en contra d'aquella empresa que s'anuncia i té molta pasta. Per tant, jo crec que ells estan també molt controlats. Tot i que a vegades sembla que els mitjans privats són més lliures, jo crec que en el fons no: tenen els mateixos condicionants polítics que nosaltres, més els econòmics, que nosaltres no els tenim. No tenim diners, per tant, no tenim condicionants.

Quan es parla de mitjans públics es relaciona, sobretot, amb condicionants polítics. Fins a quin punt els ha notat vostè durant la seva etapa com a directiva?

No és una cosa que diguis: “És que això és estalinista”. No. Suposo que aquestes coses, si arriben, arriben als caps, i no als treballadors. O sí, poden arribar, però la meua època de directora va ser una època que va ser un oasi, que va ser quan el president del govern va dir que el president de la ràdio pública l'havia d'escollir el Parlament sense tenir cap carnet. I gràcies a això jo vaig ser directora sense tenir cap carnet. Aquella època va durar dos dies, però ens vam pensar que seria per tota la vida. Però llavors va tornar el PP i va dir un altre cop: “No, no, aquí ho trio jo a dit”. Per tant, jo vaig tenir la sort de ser-hi en aquella època que no es demanava el carnet i hi havia fins i tot aquesta certa pluralitat i independència. A mi no em van dir mai que havia de posar un o treure l'altre, però sí que haig de dir que, si algú va intentar donar-me ordres, no va ser el partit del govern, sinó el que estava a l'oposició en aquell moment. Va venir i em va dir: “Tens aquest col·laborador”. I jo: sí. I ell: “És independentista”. I jo: “Ja, però ve a parlar d'Internet... que sigui independentista, a mi, m'és igual”. Això m'ho va dir algú que no era del partit de govern.

Ja apuntava maneres, però.

Sí, sí. I encara apunta molt amunt. Per tant, sempre hi ha algú que ho intenta, però per això llavors hi ets tu. Però és clar, si tu depens d'un contracte i saps que si et portes malament et quedes sense cadira, suposo que és diferent. Però en el meu cas, jo estava fent una feina, i sabia que, si deixava de fer-la, després en faria una altra, que és el que va passar. Per això, a mi això no em va condicionar. Que després estic en una llista negra? Doncs potser sí, però jo sempre actuo segons la meua consciència i segons el que penso. Em puc equivocar, com tothom, però bé, ho fas pensant que és el que has de fer.

En aquest cas, creu que tenir una feina fixa i unes oposicions li dona més llibertat a l'hora de treballar?

Clar, et dona més estabilitat. Si tu ets director d'una empresa però tens un contracte, se suposa que has de fer una mica el que vol aquell que t'ha posat en el càrrec, que per això t'hi ha posat. En el meu cas, jo estava fent una feina, i si agrada bé, i si no agrada doncs me'n vaig a fer la que feia abans i no passa res.

Sabent la línia editorial de l'emissora, intentava ajustar-s'hi?

És que a nosaltres no ens han demanat mai fixar una línia editorial. En la meua època a la direcció mai em van dir “fes això” o “fes això altre”, era més un treball en equip de dir: “Això és una ràdio pública i hem de treballar com a ràdio pública”. A més, va ser una època maca perquè és veritat que aquesta empresa sempre ha tingut una pàtina com d'antiga, casposa... i en aquella època es va aconseguir treure aquesta imatge. Va pujar molt l'audiència, la programació va ser més fresca... va durar poc, perquè amb el canvi de govern va canviar tot, però va ser una època que tots estàvem engrescats i era bonic.

Com a mitjà públic, es poden escapar de la lluita pels clics i l'audiència?

Sí, és clar. Nosaltres, en el cas de la ràdio no tenim això, en canvi a la tele sí, que treballen molt per l'audiència. Perquè, encara que no tenen publicitat, miren el *share* cada dia. Però nosaltres no. Home, és veritat que sempre mires... ja no només l'audiència de l'EGM, perquè està una mica desprestigiada i ja mai saps si és real o no és real. Però després veus les xarxes socials, i el seguiment que ha tingut el programa, i bé, a tothom l'interessa saber quin seguiment té allò que fa. No tenim, però, aquesta tirania de si no arribem a tal xifra.

Creu que això es reflecteix en els continguts?

Sí, perquè tu fas el que creus que has de fer, que són continguts de ràdio pública. Moltes vegades són coses que no fan la resta d'emissores. A vegades et ve gent i et diu: “Quin luxe poder estar mitja hora parlant d'això o això altre”. A vegades, si un tema el vols tractar en profunditat, no pots dir: “Vinga, fins aquí, no penso parlar més”. No. Parlem-ne i tractem bé les coses, des de diferents angles.

Suposo que no haver d'estar pendants dels clics i l'audiència els treu pressió.

Sí. Jo no visc amb aquesta pressió, jo visc més en allò de dir: “Vull fer aquest tema i de la millor manera possible”. Tenint en compte, també, els nostres mitjans, que són poquets. Jo estic sola al programa, no tinc ningú que m'ajudi, de manera que m'ho faig tot i haig

de dedicar-li moltes hores i molt d'esforç. Però la ràdio m'agrada perquè és una feina molt artesana: xup-xup i a poc a poc.

Com van de personal? Hi ha prou mans per fer tota la feina?

En el nostre cas, a informatius, ara sí que s'ha reforçat una mica. Sempre hem tingut una mancança de gent, però ara estem una mica millor. Però en el cas de programes, tret dels programes grans, de matí, tarda i cap de setmana, la resta tenen molt poqueta gent, i moltes vegades som "un programa, una persona". És que és un programa d'una hora, però tenim poca gent, i si et poses malalt, o tens vacances, ho has de deixar fet. Per tant, sí que requereix una mica d'esforç.

Considera que dins la seva emissora hi ha algun tipus de precarietat?

Home, precarietat, en el cas de programes, costa molt poder tenir un col·laborador i pagar-li. És molt difícil. Hi ha molta gent que ve desinteressadament, però clar, aquesta no seria la fita. Però bé, tirem molt d'això.

Què opina de les pràctiques no remunerades?

Bé, com que he estat becària, jo ho defenso perquè vaig aprendre molt. En els sis mesos que vaig fer de pràctiques vaig aprendre més que en els cinc anys de carrera, amb la qual cosa jo hauria pagat per fer-les. Però ara que hi penso, a la meva època es pagaven les pràctiques. Simbòlic, però es pagaven. No sé, 30.000 pessetes o alguna cosa així. Era una cosa que com a mínim et permetia pagar-te els transports, no era un sou però et pagaven alguna cosa. Jo vaig aprendre molt, i crec que el contacte amb els mitjans era molt important per a aprendre. Tot el contingut, tot el coneixement teòric que et donava la facultat, el completaves amb les pràctiques. Crec que ara la universitat és més pràctica que durant la meva època, però de tota manera, el contacte directe amb els mitjans és molt important. El problema és quan les empreses fan servir aquella gent que en teoria està en formació per fer la feina que hauria de fer un redactor, perquè aleshores aquí ja entra la mala praxi de les empreses. Però que hi hagi un contacte amb els mitjans, per a mi, és molt important. Aprens molt.

Hi ha un abús?

Si tot això funcionés com ha de funcionar, a tu t'arribarien els estudiants i ja veuries: "Osti, aquest me'l vull quedar", i li faries un contracte com Déu mana. Que es faci o no ja és una altra cosa.

Per a molts joves, ara ja no és tan fàcil aconseguir quedar-se a treballar al lloc on s'han fet pràctiques.

Aquí es fa una borsa de treball, i quan s'ha d'agafar algú, sempre s'opta per algú que ha fet les pràctiques. Hi ha molta gent que ha aconseguit això, ha estat la via. Però com a molt et poden fer un contracte de pràctiques de dos anys, i després s'ha acabat. Però aquí, la nostra empresa, ha estat una molt bona escola de professionals. Tu vas a qualsevol emissora de ràdio catalana i estan plenes de gent que ha passat per aquí. És una escola. I penses: "Home, ja que és una escola, queda-te'ls, no els regalis a altres mitjans. Ja que els has format tu, queda-te'ls tu".

Per tant, ara és possible entrar a la ràdio pública on treballa però amb unes condicions diferents de les que hi havia.

Sí, perquè quan entres amb un contracte de pràctiques, el primer any cobres el 70% del sou, i el segon any un 80%. A més, aquí hi ha categories: els que portem més anys tenim les categories més altes, i quan entres tens les més baixes.

Es pot anar ascendint de categoria?

Sí. Aquí hi ha els famosos triennis, i això suposa que cada tres anys vas canviant de categoria, de manera que el sou va millorant una mica.

Creu que les condicions laborals influeixen, a l'hora de treballar?

Sí, jo crec que sí. Perquè és clar, anem al que dèiem abans: si tu depens d'un contracte, no et posaràs en segons quins merders, sinó que passaràs. Tant si acabes de començar com si ets el responsable d'un programa, si saps que entrevistar determinada persona et pot portar problemes, doncs no l'entrevistes. En canvi, si tens una estabilitat i seguretat professionals, entrevistes a qui et dona la gana i ningú et pot dir que no. O com a mínim no ets tu qui es talla. Ja et tallaran després si t'han de tallar, però tu no et talles. I això és molt important, jo trobo.

Com valora les condicions laborals del periodisme, en aquests moments?

En general, crec que està molt precari, és clar, perquè la crisi ens ha fet molt de mal, però a més ha estat una bona excusa per dir: si en fan falta quatre, en pago dos i gràcies. Això és el que hem vist que ha passat en grans mitjans. Quan jo anava a la facultat, estudiàvem diaris que semblava que eren com la Bíblia, i mai t'imaginaries que acabarien com va acabar, acomiadant algunes de les seves grans firmes. Que penses: com pots acomiadar tota aquesta gent?! Però llavors veus que la crisi ha arribat a tothom. No t'ho pensaves, però sí, ha arribat a tothom. És veritat que amb l'arribada dels diaris gratuïts molta gent va deixar de comprar-ne, i només pagaven els que volien una determinada capçalera. Però en general, a molta gent li era igual perquè si et donaven un diari gratis, per què se n'havien de comprar un altre? És la mentalitat aquesta, ens hem acostumat a no pagar per les coses. I amb els mitjans digitals ha passat el mateix: per què haig de pagar ara pel contingut, si fins ara me l'has donat gratis? Ens costa pagar per la informació, però si anem al cine bé que ho paguem, i si ens comprem un llibre el paguem... no sé, hauríem d'estar mentalitzats que la feina s'ha de pagar. I és clar, tot això ha precaritzat molt la professió: el que és gratis no es valora i després jo crec que també hi ha un element de gènere, perquè és una professió molt feminitzada i, quan una professió es feminitza, es precaritza. Sembla que a les dones ens han de pagar menys que als homes, tot i que no ho he estudiat ni tinc dades. Però jo crec que sí, que és un dels motius pels quals es precaritza el periodisme: perquè hi ha moltes dones, i aleshores ja com que interessa menys donar-los bons salaris.

Hi ha moltes dones a la base, però no tantes en càrrecs directius.

Sí, sí. Comença a haver-hi alguna directora de mitjà, però també és veritat que, fins ara, havíem estat més a les empreses públiques que a les privades les que havíem fet aquesta aposta. És en general, però a les empreses privades veig que costa més de pujar, perquè hi ha molt *tio*. I com que ells no solen tenir càrregues familiars perquè ja tenen una dona que s'encarrega d'això, és una doble discriminació.

Fins als 40 anys hi ha majoria de dones, en la professió, i a partir d'aquesta edat, que és quan hi ha els millors salaris i els millors càrrecs, van desapareixent.

A la que tens fills, és molt difícil compaginar.

Per a moltes dones, la solució és anar a treballar a un gabinet de comunicació.

Si estàs en relació amb la comunicació... És que al final busques l'estabilitat i una mena de confort per poder fer les dues coses: la feina de fora i la feina de casa, perquè és clar, els fills et demanen. Jo no he fet cap estudi, però em sembla que és un element a tenir en compte.

La situació es pot revertir? Es pot tornar a posar en valor el periodisme?

Jo espero que sí, però crec que no serà d'avui per demà. A més, segurament hem de fer tots una reflexió col·lectiva sobre que és el periodisme. Però és que ara tothom és periodista... amb el telèfon, tothom va pel carrer i veu alguna cosa i la penja a les xarxes. Davant d'això, nosaltres hem de defensar el paper del periodisme. Els periodistes no som només testimonis del que està passant, sinó que hem d'oferir un "plus" de qualitat. Cal garantir que això que tu penges té una credibilitat, que la gent s'ho pot creure. Perquè ara, amb tot el tema de les notícies falses, hi ha moltes coses que et preguntes si són veritat... i a vegades passa alguna cosa que és al·lucinant, no te la creus i resulta que és veritat. Tot això fa molt més difícil la nostra feina, perquè no només hem de fer la nostra feina sinó que hem de demostrar que el que estem fent té qualitat. És veritat que t'ho pots creure o no, però ens ho posa més difícil. Per això hem d'aprendre i oferir aquest "plus", garantir que el que diem és veritat. Això ja passa, per exemple, a Twitter: tu ja saps, quan pengen una notícia, de qui et pots refiar i de qui has de pensar "no sé si és veritat o no". Ens hem de guanyar aquest segell de qualitat.

És un problema, l'intrusisme professional?

Bé, intrusisme i també el fet que hi ha molts periodistes que no donen la talla. És veritat que hi ha periodistes i periodistes: només has de mirar determinats programes, que veus cada cosa... doncs jo no em sento gens companya d'aquesta gent. I no em refereixo només "als de fora": potser hi ha gent de fora que ho està fent molt bé, perquè és veritat que hi ha gent que no ha estudiat Periodisme i són molt bons periodistes, però també hi ha molts periodistes que deixen molt a desitjar. Tots nosaltres hem de cuidar-nos d'aquesta gent, dels que encara que siguin periodistes no es comporten com a tals, que no són ni bons companys ni bons periodistes, i ens hem d'allunyar d'ells.

Creu que les condicions laborals dels periodistes es podran recuperar?

Potser el periodisme no serà mai una professió súper ben pagada, però jo em conformaria amb què la gent pogués viure de la seva feina. Vull pensar que si algun dia s'acaben les

crisis econòmiques, tot i que ara diuen que n'ha de venir una altra... però és veritat que, si ho compares amb la resta de professions, totes tenen més precarietat que fa uns quants anys, per la qual cosa és una situació generalitzada. Nosaltres parlem del periodisme perquè és el que coneixem, però a més torno a dir que és un dels sectors que més ha patit la crisi, perquè ha servit també d'excusa per fer neteja, abaixar sous... però jo vull ser optimista i pensar que sí, que algun dia millorarà.

Vostè té una filla que estudia Periodisme. Com ho veu, a través dels seus ulls?

Jo li vaig dir que no, que no, que no ho fes... que la feina és molt maca, la professió és molt maca, però no està ben pagada. A més, estem en un moment en què el periodisme no està ben reconegut, tot i que això potser es va reconduint una mica. Però és veritat que era un dels col·lectius més ben reconeguts a les enquestes del CIS de fa uns anys, i tot això ha caigut en picat. Alguna cosa també hi tenim a veure nosaltres, segurament. Probablement aquest no és el millor moment per ser periodista. Però ella em va dir que hi estava decidida, i com més li deia jo que no ella s'entossudia més que sí, i al final li vaig dir: "Bé, endavant, tu mateixa". I quan li dius que sí a un fill, llavors comença a tenir dubtes, perquè pensa: "Ostres, si em diuen que sí, potser és que no..." [riu]. I això que a mi em sembla la carrera més maca, i si tingués divuit anys com ella també la voldria fer, però a la meua edat potser ja no la faria, perquè veig tots els problemes que implica. Això sí, a mi m'agrada i faig la meua feina de la millor manera possible, tot i que també és cert que amb els anys tens crisis personals, perquè no tot és com tu vols o com t'agradaria. Però és clar, amb divuit anys tu el que vols és canviar el món, i tens molts ideals, i jo ho entenc. Per tant, li vaig dir a la meua filla: "Estudia el que vulguis, però que sàpigues que hi ha això, això i això". No em va fer cas, però almenys ja puc dir: "Ja t'ho vaig dir; per tant, tu mateixa".

Creu que el periodisme que exercirà la seva filla, serà diferent al que ha exercit vostè?

Per a mi, tot i que el periodisme no és activisme, en certa manera sí que ho és. És compromís, és dir: "Jo informo del que passa, però amb un objectiu, i és que les coses dolentes no tornin a passar". Intentes aportar el teu granet de sorra per dir: "Anem a canviar aquest món, que pot anar a millor". El periodisme hauria de ser això. Però és clar, el periodisme ha canviat molt: si els periodistes som amics amb els polítics, i anem a prendre copes amb ells, aquí es desvirtua tot. Perquè jo estic aquí fiscalitzant la teua feina,

i si vaig a fer copes amb tu, l'endemà no puc dir: "Fulanito ha fet tal", perquè serà amic meu. I jo crec que això és un error. Els periodistes som periodistes, i tu pots tenir bon rotllo amb els polítics, un bon rotllo educat, però no anar a fer copes junts.

També hi ha cada cop més periodistes que es passen a la política.

Sí, les portes giratòries són cada cop més entre periodistes i polítics. Jo crec que això desvirtua el periodisme. Has de controlar el que fa l'altre i, si és amic teu, no ho pots fer.

Comentava que vostè té llibertat per parlar dels temes que vol. Pensa que, tal com estan les plantilles i l'escassetat de temps que hi ha, s'ha anat "tancant" l'agenda i és cada cop més difícil fer periodisme original o innovador? Que tot està molt centrat en notes i rodes de premsa?

Als informatius, sí. Per això jo tenia ganes de sortir-me. Mires els informatius i tots són iguals. Tothom parla del mateix, perquè ha anat a la mateixa roda de premsa i ha agafat el mateix tall de veu. I això és una mica trist. En canvi, fer programes permet que puguis apostar una mica pel que vulguis, i entrevistar a qui vulguis, i fins i tot encara que dos programes entrevistin la mateixa persona el contingut mai serà el mateix, perquè també depèn de qui fa l'entrevista. Per tant, trobo que a programes hi ha una mica més de creativitat i de poder fer coses. Però a informatius sí, tot està molt ecotillat.

Hi ha temps per al periodisme d'investigació?

No hi ha diners i no hi ha gent, de manera que costa dedicar-hi esforços. Hi ha gent d'informatius que fa reportatges, però els fan a estones perdudes, perquè abans han de cobrir la roda de premsa diària. Potser hi ha diaris que ho poden fer, de dir a un periodista: "Tu et dedicaràs durant quinze dies, o un mes, o el temps que calgui, a investigar això". I el resultat d'això no té color. En el nostre cas, per exemple, he vist que la nostra corresponçal ha estat aquests dies veient la caiguda del Califat. I penso que està molt bé, perquè feia temps que la ràdio no apostava per aquestes coses. Temps enrere sí que ho feia, però ara, amb la crisi i tot plegat, no podíem anar ni a la cantonada. Per tant, m'ha agradat escoltar-ho. I ahir vaig veure a l'informatiu que havíem anat a Mozambic, amb el tema del cicló. I penso: "Està bé que els mitjans públics puguin tornar a sortir i a fer coses". El que no sé és si això serà un filó d'estiu o una tendència a continuar, però sigui el que sigui, està bé.

Creu que tot el tema del procés independentista ha fet aflorar més que mai les pressions polítiques i econòmiques?

Sí, és clar. El procés ha estat molt bèstia, ha estat com la cara més visible de tot això. A més, veus una cosa que segurament els mitjans no haurien de fer, que és el posicionament. Hi ha mitjans clarament posicionats a favor del procés i mitjans clarament posicionats en contra. A mi em toca viure en aquesta banda, però a vegades escolto companys com presenten les notícies i no em sembla bé. Tots tenim la nostra ideologia, el nostre posicionament, els nostres sentiments. Això està clar, però a l'hora de treballar, has d'intentar ser neutre. Per exemple, hi ha temes, com el terrorisme, que se suposa que tothom hi està en contra; de manera que això ens permetia anar en contra d'ETA, l'Estat Islàmic... perquè és clar, com a societat estem d'acord que no volem que ens matin. En canvi, quan estàs parlant d'independència, que hi ha la meitat de la societat que pensa una cosa i l'altra meitat que en pensa una altra... tu ets d'una de les meitats, però has de ser una mica neutral, perquè t'està escoltant gent que pensa com tu i gent que pensa diferent. I amb el tema del judici de l'1-O també hi està havent molt de posicionament. La gent diu: "És que van fer això"; i no és cert: és més aviat "tal testimoni diu que van fer això". Perquè a vegades la gent parla però no estava allà, i per tant, no sap si allò va succeir o no. O algú diu que va saltar pel terrat, i tu t'imagines una pel·lícula d'acció, però després resulta que total era un salt molt petit... tot això, depèn de com ho expliquis a les notícies, t'està posicionant. L'altre dia vaig estar a punt de trucar a un company de Madrid i dir-li: "Però tu has vist la terrassa? Que no s'ha de saltar!". Depèn de com expliques les notícies... home, no sé. També és veritat que jo soc una mica visceral i que totes aquestes coses em molesten molt. Quan sentia companys de la ràdio dient: "*los cabecillas del procés*", és que m'agafava de tot. Què és això de "*cabecillas*"? Són els líders o el que sigui, però això dels "*cabecillas*" és caverna, i nosaltres no hem de ser caverna. Amb coses d'aquestes, em poso nerviosa. El procés ens ha tret a tots de mare.

A vostè li ha tocat dir alguna cosa amb la qual no estava d'acord?

No, perquè jo mai he escrit "*cabecilla*", sinó "els acusats", "els líders", o el que sigui. "*Cabecillas*" és una paraula que a mi no em surt. Perquè a més, quan dius "*cabecillas*" ja estàs jutjant i sentenciant, i això ho han de fer els jutges, a mi què m'expliquen. Aquests senyors eren el Govern, en aquell moment, i van posar urnes, molt bé. Però jo no he de dir "*cabecillas*" ni res d'això, perquè ja els estàs jutjant i sentenciant. En aquest cas es

nota molt, però amb qualsevol *ratero* que va a judici segurament també ja dones per fet que és culpable. Però això ho han de decidir els jutges, de manera que hem d'anar molt amb compte. Igual que amb el llenguatge, que per a mi és clau. No pots dir “*cabecilla*”, has d'anar molt amb compte amb el que dius. Jo, quan començava en aquesta ràdio, i és una cosa que se'm va quedar clavada, vaig fer una notícia amb un teletip que deia: “Una anciana de 62 años”. I jo vaig repetir, en antena: “Una anciana de 62 años”. Jo en tenia 23 i segurament 62 anys em semblaven molts, de manera que vaig repetir la notícia i em vaig quedar tan ampla. Llavors em va trucar una companya de Madrid dient-me: “Però què és això d'una anciana de 62 años?!”. I jo em vaig quedar fotuda i vaig pensar: “Ostres, doncs és veritat”. Tot i que jo la veia gran, no era una anciana. Per tant, li vaig respondre: “Ostres, és que ho deia el teletip, i jo no ho he reflexionat ni res, he llegit el que deia el teletip i prou”. Doncs està molt bé que algú t'ho digui, perquè no torni a passar. Si ningú et diu això, no t'adones que no pots dir “una anciana de 62 años”, perquè no ho és. Ara ja és impensable, no ho diria, però en aquell moment... no ho vaig pensar, i com que el teletip deia “una anciana”, doncs jo vaig repetir “una anciana” en lloc de dir “una dona de 62 anys”.

Hi ha prou reflexió, en aquests moments, o els teletips i notes de premsa segueixen passant sense filtre?

La situació ha canviat molt amb els anys. Jo, quan vaig començar a treballar aquí, com que estava en equips petits, de caps de setmana... he tingut la sort de treballar amb gent molt experimentada, i cada dia me'n tornava a casa havent après alguna cosa. Per mi, això era un luxe. Parlàvem, ho valoràvem, ho comentàvem... ara, no. A les redaccions ningú parla amb ningú. Jo soc de preguntar molt: si tinc un dubte, pregunto. Ara no, ningú pregunta res, perquè sembla que si preguntes ets *tonto*. I és al contrari: ets *tonto* si no preguntes, perquè seguiràs essent *tonto* tota la vida. Perquè tu pots no saber alguna cosa, però si t'ho expliquen, ja ho has après. En canvi, si calles, continues tenint el dubte, de manera que segueixes essent *tonto*. I per a mi, no es tracta d'això. Jo sempre pregunto en veu alta, soc molt de preguntar. És que si preguntes i algú ho sap, ja no ho has de buscar. Aquí, en canvi, ningú pregunta res, i això és una cosa que no entenc gens. Els dic als meus companys: “Pregunteu, que si no no sabreu res a la vida!”. Però aquí sembla que si preguntes ets *tonto*, quan en realitat és al contrari, perquè si no no aprendràs res a la vida.

S'ha reduït la socialització dins les redaccions?

Han desaparegut els Consells de Redacció. Jo no sé als altres mitjans, però aquí ja no es fan. Aquí arriba l'editor i diu: "Això es farà així o aixà", i ja està. I si tu no tens altres aportacions ni punts de vista, et pots equivocar. Jo puc estar molt convençuda d'una cosa, però si vens tu i em dius: "Però és que això és així", potser puc pensar: "Tens raó, no m'ho havia mirat així però pot ser veritat, m'has convençut". O al contrari, dir: "No tens raó, però ho parlem". En canvi, ara tot això s'ha perdut.

Per què s'han deixat de fer, els consells de redacció?

No ho sé. Potser és desídia, perquè jo sempre vaig intentar fer-los. És veritat que a vegades hi ha menys gent, però s'han d'aportar diferents punts de vista, perquè jo sé que no soc infal·lible. Del que tu em dius, jo n'aprenc. Jo crec en això, però s'ha deixat de fer. També depèn dels caps que tinguis: n'hi ha que són més oberts, i altres que és un "*ordeno y mando*" i ja està. Això no són matemàtiques de dos i dos són quatre. Però tot això són coses que s'han perdut.

La desídia ve només per part dels caps, o també dels treballadors?

És cert que als treballadors ja els va bé, a vegades. Alguns cops m'emprenyo, perquè penso que en una professió com el periodisme, de gent que en teoria és combativa, que se suposa que ha d'anar en contra del que no està bé... va i la gent calla i va cadascú a la seva. Ens hem aburgestat, és com si tot ens fos igual. Em fa molta pena, perquè veus com entra la gent jove, amb il·lusió, i quan en tenen 40 i pico ja estan totalment *apalancats*. Quan jo vaig entrar en aquesta empresa hi havia gent molt gran, molt conservadora, *apalancada*... i jo pensava: "Ostres, però si jo aquí hi treballaria gratis!". Al llarg del temps tota aquella gent ha anat marxant, i nosaltres, que érem aquells joves, ara som els grans, però hi ha gent que ara en té 40 i pico, els veus *apalancats* i penses: "Amb 40 anys ja estàs *apalancat*?" I el que em fa més pena és que els joves, que entren amb totes les ganes del món, a la que porten quatre dies ja estan igual, perquè és el que respiren.

Per què passa això?

Doncs no ho sé. No sé de qui és la culpa: si dels que provoquen *l'apalancament* o dels que entren, que ja els va bé *apalancar-se*. A mi això em fa molta pena, perquè la gent que entrava amb ganes i inquietuds al cap de dos dies ja està *apalancada* per culpa dels altres. I això no m'agrada.

Per què creu que s'han *apalancat*, els de 40 anys?

Perquè mira, a vegades pensen que amb tenir un sou i un horari fixos ja són feliços. És trist, però és així.

Quin paper creu que han de tenir sindicats i col·legis professionals a l'hora de defensar la professió?

Jo no estic sindicada perquè jo crec que un periodista ha de ser el més neutral possible. Tu tens la teva ideologia, però no s'ha de veure si ets de tal partit o de tal sindicat. Això és el que jo crec. Tot i que tu votes al partit i al sindicat que vols, has de ser independent en aquest sentit. I tampoc estic col·legiada... no per res, sinó perquè quan em volia col·legiar havies de dur dos avals; jo vaig demanar-ho a la ràdio i me'ls van portar dos companys que eren com una mica *fatxes*, de manera que em va fer vergonya portar-los. Total, que va anar passant el temps fins que de cop i volta un dia m'envien una carta del Col·legi de Periodistes per dir-me que si em volia col·legiar, que no calia portar avals. Llavors vaig pensar: "Ai mira, si em venen a buscar, potser és que no és tan bo" [riu]. Total, que no m'he col·legiat mai, i porto 30 anys de professió sense col·legiar-me. Com que no és obligatori, com si ets metge o infermer, no he tingut mai la necessitat de col·legiar-me, de manera que no ho he fet. Això sí, sempre dic que ho hauria de fer.

Per tant, no és que estigui en desacord amb el paper dels sindicats o el Col·legi.

No, al contrari. Al Col·legi hi he anat a fer cursos de formació i moltes altres coses, però no estic col·legiada. Potser és un contrasentit, però realment no em vaig col·legiar per la vergonya dels avals. I després ja no m'ha calgut mai. Però sí, és una cosa que segurament hauria de fer.

Pensa que el periodisme s'hauria de ser com la medicina o l'advocacia, de col·legiació obligatòria?

A mi, les coses obligatòries no m'agraden, o sigui que no ho sé. Ara, igual si fos obligatori, i si funcionés bé... podria estaria bé que a qui sortís fora de test se li fes un toc d'atenció, però no sé si serviria. Jo també fujo una mica dels gremialismes: no perquè tots siguem periodistes som necessàriament bons. Com deia Kaspuscinski, si ets mala persona, seràs mal periodista. I hi ha moltes males persones per la vida, periodistes i no periodistes. Jo de vegades veig periodistes de la premsa del cor que van a la porta de casa

la gent amb el micròfon, i penso: “Jo, que soc periodista, us odio, perquè a mi no m’agradaria sortir de casa meua i trobar-me allò”. Per tant, hi ha coses que no puc defensar. Llavors veus pel·lícules súper antigues, de periodistes als EUA, i veus que hi ha una mica de diferència. No ho sé. Hi ha coses amb les quals no estic d’acord, i no soc gens gremialista.

Creu que el procés independentista ha arribat en un moment especialment complicat per als mitjans, que estan molt debilitats després de la crisi, amb poc personal i una gran dependència de les audiències?

Sempre es pot fer millor, però de tota manera, tots els mitjans, nosaltres inclosos, hem posat molts esforços en el tema del judici. S’estan dedicant molts efectius a cobrir aquest tema. Però no només es fan notícies, sinó que al final cadascú també hi intenta posar la seva cullerada, que tristament això també és veritat. Tots estem debilitats, però crec que hem fet un esforç per cobrir aquest tema.

Com veu el futur del periodisme?

Està negre, però hi ha una esperança. El periodisme és més necessari que mai. Perquè si veiessis que això no serveix per a res, cap problema, ens dediquem a una altra cosa. Però el problema és que és més necessari que mai, aquí pel tema polític que tenim, però també en general a tot arreu, per tots els abusos i violacions de drets humans que hi està havent a tot el món. Hi ha molta gent que va contra aquests activistes que defensen els drets humans i contra els periodistes. Hi ha països, com Mèxic, on ens maten... potser ara amb el canvi de president la cosa canvia, però és molt *heavy* tot el que està passant. Jo crec que el periodisme és més necessari que mai, però ben fet, com és el periodisme, no venent-nos als interessos polítics i fent allò de “com que ets el meu amic no explicaré segons què”. Allò que diuen que els periodistes callen més del que expliquen, és veritat. Tu moltes vegades saps coses, però com que no en tens proves, no les pots dir. I jo ho entenc, perquè tal com estan les coses, no t’arriscaràs a una querrel·la. A vegades penso que som massa prudents, sobretot quan veus el que ha passat. Per exemple, amb el tema Pujol. Tothom ho deia, i resulta que quan surt, tothom ho sabia. Doncs si ho sabies, perquè no ho vas denunciar? O el tema de l’Urdangarin. Tothom sabia que l’Urdangarin estava *emmerdat* en alguna cosa... jo no podia informar perquè no tenia ni idea dels detalls, però a mi, allò de Palma Arena, feia segles que m’ho havien dit. Jo ho sabia, però realment no tenia elements per fer aquesta notícia i denunciar-ho. Tot i això, tots sabíem que hi havia

coses... i llavors, quan esclata, tothom al darrere. Igual si ens poséssim una mica d'acord en tot allò que intuïm, o que sabem, podríem treure la notícia. Però en aquest sentit sí que som tots una mica de dir, a posteriori: "Sí, bé, jo ja ho sabia...". I això sí que és veritat que seria més factible si tinguéssim mitjans més forts, en els quals poguéssim dedicar gent a investigar. Tot i que és clar, són temes que potser al mitjà tampoc l'interessa treure ni investigar.

Creu que hi ha censura o autocensura?

És clar. Diem que "amb aquests no ens hi posem, perquè no sé què..." i quan esclata la cosa ja és tan evident que no es pot amagar més. Però podia haver esclatat abans.

Creu que abans els mitjans eren més valents a l'hora de publicar informacions compromeses?

Aquí vam tenir una època molt bona, amb la transició: hi havia publicacions que treien coses que eren *heavies*, i tenien periodistes intrèpids. Ara, d'aquest tipus de periodistes no n'hi ha, o n'hi ha molt pocs. És veritat. Però és un cicle. També és cert que en aquella època els polítics eren molt bons, els parlamentaris eren molt bons, i ara ja no. Ara no trobes ni parlamentaris bons, ni polítics bons, ni periodistes bons. Ja no hi ha gent com Iñaki Gabilondo. El Gabilondo no era un *tio* que destapés molts temes, però era un creïble, i quan t'explicava una cosa, te la creïes. I ara és veritat que tot això s'ha perdut, no tens aquests referents.

A què ho atribueix?

Doncs segurament a tot això, perquè no pots mossegar la mà que et dona a menjar. I arriba un moment... jo no puc fer gaire res perquè soc una periodista molt petita i el meu terreny és un espai molt petit i tancat, de manera que no soc ningú. I els que són algú, potser ho són precisament perquè no es fiquen amb segons qui. Tot és molt complicat. I aquí també veig molta gent que pensa: "A mi que no em treguin aquesta cadira, encara que sigui una merda, i jo faig el que em manin". Però coi, s'ha de tenir una mica més d'esperit.

C.10 Transcripció entrevista “Guillem”

Com es va introduir en el món del periodisme?

Estava estudiant la carrera, i ja des de segon vam pensar amb un amic que havíem de fer pràctiques, perquè si no, l'ofici, difícilment l'aprendríem. Que sí que ens donarien un marc teòric -perquè jo no soc dels que renego de la carrera, perquè crec que sí que et dona un marc teòric de reflexió, d'anàlisi, etc-, però també penso que no és a la universitat on t'han d'ensenyar a fer servir les màquines i aprendre les rutines del dia a dia. Això s'aprèn treballant, i a més cada empresa té màquines diferents i cicles i rutines productives diferents. Per tant, la manera d'agafar experiència, ho era fa 25 anys i penso que ho continua essent ara, és posant-se a treballar.

I què va fer per aconseguir-ho?

Amb un amic vam començar a visitar ràdios municipals a Barcelona, i algunes ens arribaven a demanar pagar per treballar; bé, pagar així entre cometes: ens deien que allò era una associació, una entitat pública, etc, i que la gent que col·labora a l'associació posa uns diners per comprar cintes o pel que sigui. I dius: home, fins aquí podíem arribar. Jo puc dedicar el meu temps -en aquest cas els matins, perquè feia horari de tarda- a venir aquí, a aquesta ràdio municipal, però el que no faré és pagar. Encara que fos simbòlic, i per molt que fos una associació i col·laborar, em semblava fora de lloc. Després de recórrer un parell d'emissores, vam acabar en la d'un barri popular, molt popular, i vam començar a col·laborar allà, bàsicament. En aquest cas sí, ho fèiem absolutament gratis, i anàvem cada matí allà i fèiem un informatiu com bonament sabíem i podíem, perquè encara no havíem sortit ni de l'ou. I així vaig començar a treballar en mitjans municipals. Vaig començar a aquesta ràdio, després vaig anar a una televisió, perquè coneixia un company que hi treballava. T'explico l'anècdota per si et serveix d'alguna cosa: vam fer un sopar d'antics alumnes d'escola i tothom preguntava: “On estàs?” “Ah, doncs mira, jo en una ràdio, doncs jo en una tele, ah, per què no em vens a veure? Ah, molt bé, on és?. Ah, molt bé”. Vaig anar un dia a veure'ls i ja m'hi vaig quedar. Em va agradar molt i m'hi vaig quedar.

Així, sense que li demanessin res més?

Sí, allò era xauxa, tot era molt informal. Es feia un informatiu cada setmana de quinze minuts i el fèiem amb quatre o cinc persones, per amor a l'art i amb un nivell d'exigència relatiu perquè tot era voluntariat, en un moment en què la televisió local estava en els llimbs administratius. Després ja es va regular millor, però en aquell moment tot era una mica precari. I a mi, com que mai m'ha fet mandra treballar, recordo l'anècdota: hi havia una noia que presentava l'informatiu, però hi va haver un dia que estava encostipada, tenia feina, no sé què li passava, però no va anar-hi. I el meu amic, que feia de càmera i feia de tot, em va fer asseure i em va dir: "Va, llegeix tu, llegeix tu!". El primer dia. Recordo la camisa que portava i tot, perquè anava fet un desastre. I vaig llegir uns papers i va sortir per la tele, allò. Cosa que encara al·lucino bastant. Recordo que parlàvem del camp de l'Espanyol de Sarrià que encara que no l'havien tirat a terra, les queixes dels veïns... eren temes com els de tota la vida, temes de proximitat, que afecten a tota la ciutadania. Però ja va ser el primer contacte, i em van dir: "Pots tornar, la setmana que ve?" I jo: "Home, però això és molt *cutre*", però em van dir: "No, ja et donarem la càmera", i vaig començar a rodar i anar amunt i avall.

Què va passar, a partir d'aquí?

La cosa va anar a millor, va haver-hi un moment que es va regularitzar la situació, i em van contractar ja pagant-me, que va ser una cosa que... uau! En paral·lel, vaig començar a col·laborar també amb una emissora radiofònica. M'agradava, vaig enviar el CV amb una cinta de cassette...perquè vaig pensar: si és una ràdio, estaria bé que els enviés una cinta dient: "hola, col·laboro amb una ràdio municipal..." i també em van trucar, perquè suposo que soc dels pocs *friquis* que ho havia fet així, i vaig començar a fer-hi butlletins informatius. Aquí també em pagaven, tot en negre, en un sobre, una quantitat irrisòria, perquè a més feia l'horari de nit, i havies d'anar a obrir molt d'hora al matí, no sé si a quarts de cinc o les cinc, per fer un directe de sis a set. Era molt precari. Va haver-hi un moment que compaginava la ràdio, la tele i a sobre vaig començar les pràctiques de la carrera. I a més també vaig col·laborar en gabinets de comunicació i revistes.

Creu que el peatge de treballar gratuïtament (o gairebé), està molt assumit dins la professió?

Aquestes experiències, els primers dies, per mi no era treballar, era passar-m'ho molt bé, era aprendre. Però arriba un moment, quan ja comences a dominar la rutina, quan hi ha un compromís... perquè jo soc d'aquelles persones que, encara que sigui una cosa

voluntària, vindré cada setmana, tindrè un cert compromís. Quan ja tens un compromís, i hi vas cada setmana, i aquell compromís acaba dependent de tu, o de tu i un mini equip de 3 o 4 persones.... Dius: ostres, ja treballes. Ja fas un producte que s'emet amb un mínim de qualitat, amb un estàndard. I sí, va ser un peatge d'uns anys.

Quant de temps?

Dos o tres anys col·laborant de manera regular però informal.

Uns anys en què no podia viure del periodisme.

No, i ara. No, no. I llavors comences a cobrar alguna cosa, però no hauria pogut viure d'allò, era més aviat un reconeixement de l'estil "entenem que estàs fent un esforç", "t'estem obrint també la porta", i llavors hi ha aquell dubte: fins a quin punt t'estan donant l'oportunitat i t'estan ensenyant, perquè és així, i fins a quin punt els estàs tu dedicant les teves hores? I no em sembla un pacte en el qual jo vaig sortir perdent.

Considera que l'aprenentatge que en va treure va ser superior a la remuneració econòmica?

Va ser una inversió. Però podem convenir que, en el marc laboral regulat, és totalment fora de llei. Però quantes coses hi ha que ho són? Per mi no era dramàtic perquè hi havia una família que em podia posar el plat a taula. Això també hi fa. Quan tu saps que pots anar a dormir a casa i que et posaran el plat a taula, és un factor.

Molts periodistes, sobretot joves, fan aquesta afirmació.

Jo, a veure... les primeres col·laboracions eren molt ridícules, però quan va haver-hi un ingrés ja regular potser eren... devia ser en pessetes, però potser eren 30.000 pessetes, que són 180 o 200 euros. D'això no vius. No vivies d'això. I la xifra és relativa.

Aquest peatge de treball gratuït es dona per suposat, en el món del periodisme.

És clar, el dubte és si el fet que hi hagi tanta oferta de mà d'obra s'ha convertit en un recurs de les empreses per suplir llocs de treball. Això és evident, sí que també ho crec. Però bé, també és veritat, vist en perspectiva i des d'on parlo ara... les empreses, i ara sembla que faci el discurs d'empresari, però tota empresa dedica uns recursos, temps, diners... a formar una plantilla. Si a mi em posen en un diari, jo trigaré uns mesos a agafar el ritme, a agafar el to... hi ha unes rutines de treball, unes dinàmiques, unes maneres de

fer... una cultura interna de cada mitjà que requereix un aprenentatge més o menys ràpid. També és cert que depèn del mitjà: si tu fas el salt a la tele o jo faig un salt a un mitjà que no hagi fet tant, aquest aprenentatge és més llarg. Ara, vull dir que és difícil de calcular, però sí que es veu. L'experiència és un grau, i també s'ha de reconèixer, i l'experiència requereix un temps que l'empresa t'haurà format...

Haurà invertit en tu.

Sí, i tu rendiràs més a la llarga que a la curta. També és una visió empresarial a curt termini viure dels precaris, perquè ni tindran aquesta rapidesa, agilitat, *background*... per poder respondre en un moment molt determinat de pics importants de feina, i a més el seu compromís, ens agradi o no, podria ser més feble si no hi tenen res a perdre. És a dir: "Què collons em demanen que vingui a fer segons què, si em paguen una merda?". Per a mi són molt curts de vista dels gestors empresarials que no inverteixen en el seu personal.

Creu que passa sovint, això?

Sí, totalment. Clar. Sí que ho crec. La sensació que tinc és que, quan hi va haver la multiplicació de graus de Periodisme, es va deixar de pagar. Jo vaig ser dels últims que, quan vaig anar a fer les pràctiques obligatòries, em pagaven el desplaçament. Era simbòlic, però m'ho pagaven. Després en vaig fer unes altres d'opcionals i ens pagaven 25.000 pessetes, això sí que ho recordo. Que si tu feies els càlculs, era el que et costava la targeta de ferrocarrils per arribar fins allà; però era una manera de reconèixer que tenies un compromís, que anaves a aprendre però que hi havia un intercanvi recíproc. A partir del moment que hi va començar a haver l'explosió d'universitats que oferien els estudis en Periodisme, hi va haver estudiants *a manta* que s'havien de col·locar, en el bon sentit de la paraula, i les empreses van dir: "Per què haig de pagar el desplaçament a uns si els altres venen gratis?". I això s'ha multiplicat. Per què haig de contractar un redactor més si amb dos becaris potser els puc fer anar a rodar?

Creu que les empreses s'aprofiten de la vocació d'aquests joves?

Per nosaltres és un cas pràctic: per exemple, necessites dos treballadors per anar a cobrir un acte, i els tens o no els tens. I a vegades no els tens, o sigui que hi envies els becaris. I si aquest "que hi vagin els becaris" correspon a una cosa que tu et pots permetre el luxe que no et surti bé, perquè els becaris estan aprenent, d'acord. Però quan hi envies aquells

becaris que saps que et funcionen, que són els bons, i que vindran amb material que s'emetrà, és aquí on hi ha el problema. Els becaris són els primers de preguntar-t'ho: molts estudiants em diuen “vull demanar la beca a la televisió, me la demano o no?”. I dic: depèn, què busques, què vols...? I tots volen sortir a rodar, tots volen que el seu material s'emeti. Jo encara recordo el primer vídeo que vaig fer sense estar contractat. Tots volíem que s'emetés la nostra feina. Llavors, dius: fins a quin punt estàs donant una oportunitat i fins a quin punt t'estàs aprofitant d'aquella gent que, per il·lusió o per vocació, estan disposats a venir aquí gratis amb l'esperança, cada vegada més falsa, que es quedaran a l'empresa que sigui?

Tot i això, estan força conscienciats que quedar-se és difícil.

En una de les primeres classes de la carrera, el professor ens va preguntar: “A veure, qui d'aquí es vol fer ric?”. I va haver-n'hi un o dos que van aixecar el braç. I els va dir: “Doncs ja podeu marxar, perquè aquesta professió és de morts de gana”. Ho ha sigut sempre, el que passa és que hi ha haguts moments, entre cometes, de més bonança, que semblava que la publicitat podia mantenir mitjans que només vivien d'això, i que semblava que la informació era gratis. Bé, de fet hi ha ciutats on encara es regalen els diaris abans d'agafar el tren o el metro. Aquí n'hi va haver, hi va haver un *boom* però van desaparèixer. Però jo a Madrid l'altre dia encara vaig veure gent a la porta del metro donant un diari gratis, i vaig pensar: a quin cost? Al cost de la gent que l'ha fet i que el contingut, potser, no prejutjo però potser, s'ha hagut de supeditar als interessos d'aquells anunciants que hi estan posant diners.

Tal com va dir la degana del Col·legi de Periodistes, Neus Bonet: “Si tu no pagues per la informació, ho farà algú altre”.

Clar. Algú paga per aquella informació, algú està posant diners perquè aquell producte s'imprimeixi i arribi a les mans del lector. Amb quin interès? Si tu no ets el que inverteix en informació, mira què passa.

Com va entrar, vostè, a la televisió on treballa actualment?

Quan a la facultat ens demanaven fer pràctiques obligatòries... a mi sempre m'ha agradat molt la imatge, era dels pesats que sempre anava sempre amb la càmera de fotos a sobre... ja col·laborava amb la televisió local, i era una cosa que em captivava: poder explicar històries amb imatges. Al mateix temps, m'interessava molt la informació internacional,

i a la facultat, sempre que havia pogut, les assignatures de lliure elecció les havia triat sobre Relacions Internacionals. I vaig pensar: com ho podria lligar, on m'agradaria treballar? Doncs a la televisió pública de Catalunya. I quan em van demanar on volia fer les pràctiques, vaig dir: allà, a la secció d'Internacional. Em va sorprendre perquè hi havia molta demanda per anar a fer cultura, espectacles... en el sentit del *show business*: no la cultura entesa com a alta cultura, sinó com a *show business*. No la literatura, sinó fets i gent, espectacles. Hi havia molt de "jiji jaja". Bé, de fet no era ben bé voler fer cultura, sinó voler fer programes de *magazine*. I és clar, la meva vocació, la meva àrea d'interès, era Internacional. I va passar per davant això que el fet de sortir a rodar. Perquè és clar, jo ja sortia a rodar i a fer els vídeos de festa major per a la televisió local on col·laborava, anava a entrevistar personatges de tota mena perquè havíem d'omplir... fer quinze minuts de televisió cada setmana, amb els mitjans que teníem i el temps que hi dedicàvem, a vegades no era fàcil. Que si el regidor, que si els veïns, que si el ple... a mi, pel barri, em parava la gent i em deia: "Tu ets el de la tele, oi?". I era un *mindundi*! Un reporteret de barri, com tots els que hem fet informació local. Per tant, jo això ja ho tenia cobert i per a les pràctiques de la carrera m'interessava Internacional, sabent que comportaria asseure'm en una cadira les set hores.

I com va ser l'experiència com a estudiant en pràctiques a la televisió pública catalana?

Aleshores consistia a indexar imatges, perquè ens arribaven imatges d'agències, per satèl·lit, amb les quals literalment havíem de fer *play-rec*. Ho feien a tràfic, i aleshores el becari agafava aquelles cintes i en feia un buidatge, anotant tots els plànols que hi havia, tothom que hi sortia... i quan venia el dels sumaris, el del programa, el de tal secció... i et deia: "Necessitem imatges del Clinton fent no sé què", jo responia: "Espera, està a la cinta 4, al minut 33". Tu eres el que portava les anotacions, i havies de custodiar aquella imatge, i quan algú de la secció demanava: "Qui té aquesta cinta?", tu havies de dir: "Doncs mira, me l'han vingut a buscar els de sumaris...". A més, l'agència, en aquell moment, emetia en unes hores determinades, i tu havies d'estar atent. Havies de saber on estava aquella cinta físicament, perquè si no no es podia fer el vídeo. Total: jo feia això. Jo no sabia exactament què hi aniria a fer, però vaig acabar fent això. O millor dit, vaig començar fent això. Bé, però vaig una mica enrere: em preguntaves com vaig entrar. Doncs bé, la persona que coordinava els estudiants a la universitat, em va citar i em va dir: "Que voleu anar a Internacional sou dos, els altres volen fer coses divertides.

D'avorrits sou dos". I em va preguntar: "Tu saps anglès?" I jo: sí. Doncs ja està. Perquè jo havia estudiat als EUA el COU, i a Internacional treballes amb teletips en anglès i en francès. Per tant, necessitaven algú que fos hàbil amb l'idioma.

En aquella època no hi havia tanta gent com ara que sabés anglès.

Sí. Ara, en canvi, per treballar a la tele has de passar una prova d'anglès. Total, que vaig començar d'estudiant i el becari a qui vaig substituir, amb qui ara som col·legues, em va dir: "La teva feina a partir d'ara serà aquesta, fes això i fes allò, a aquest digues-li això, a aquest altre allò altre...". I així vaig entrar com a estudiant. En aquella època encara hi havia la possibilitat que poguessis fer una substitució si hi havia una baixa o alguna cosa d'aquestes. Així doncs, després d'acabar els sis mesos, que llavors eren sis mesos, no quatre, de pràctiques, de tant en tant et podien trucar per fer alguna substitució de cap de setmana o una baixa.

I el van trucar?

Els meus sis mesos a la tele van ser molt ben aprofitats. Jo la beca la vaig fer, perquè t'ubiquis: de l'octubre del 1996 fins al juny següent. Per què ho tinc tan clar? Perquè eren les segones eleccions del Clinton als EUA, per tant, tota la secció estava abocada en el Clinton, i a l'estudiant, que era jo, li van dir: "Tu ves apuntant tot el que va arribant". I jo: "Ostres, doncs hi ha uns negres aquí que els tallen el cap a *tutiplén*..." Va ser la segona onada de matances a Ruanda. El 1994 hi havia hagut el gran genocidi, i el 1996 la segona. I vaig començar a fer vídeos d'això i de la fugida per la Vall del Panshir del Massut, un líder tribal de l'Afganistan que el van acabar matant els talibans. En aquell moment, ningú de la secció estava per aquests temes "menors", tothom estava amb les eleccions americanes, i de tant en tant em deixaven fer uns "offs", que són unes cues on l'informador llegeix, i em deien: va, doncs fes una peça per a tal programa, un altre tema... i per a mi va ser excepcional.

Considera que va ser ben aprofitada, la beca?

Molt, molt. Jo vaig aprendre el que et deia: cultura d'empresa, de treball, com treballar un vídeo... perquè no és el mateix fer una informació per un mitjà escrit que per un mitjà audiovisual, i menys si en aquest mitjà hi ha la imatge. La ràdio és una cosa, la televisió n'és una altra... i els codis de treball de la secció Internacional són molt específics: com comences un vídeo, com l'acabes, com utilitzes les imatges... parlàvem de les matances

de Rwanda: no cal llibre d'estil, ells ja tenien una cultura de treball que ens feia que hi havia una sèrie de plans que ja no posaves, les durades dels plans... coses molt de matís, de filar prim, que ho adquireixes treballant. I això ho vaig aprendre en aquell moment. Evidentment, amb el temps, després més.

Ja hi havia aquesta preocupació per les imatges?

Sí. Parlo de l'any 96-97, i era claríssim: a la secció d'Internacional, i t'ho puc assegurar perquè jo com a becari indexava tot el que arribava, escrivia "crani obert esberlat pel mig", "nen amputat"... jo tot això ho apuntava, però aquells plànols no s'emetien, i hi havia una discussió que encara avui en dia hi és, i la setmana passada encara en vam tenir una altra... que és recurrent: quan hi ha un atemptat, què posem i què no posem? És veritat que a la secció d'Internacional sempre hem estat de la tendència, i parlo en primera persona perquè encara me'n sento, de dir: "No, no, que això es vegi, que la gent se n'assabenti". Però després hi ha els equips d'edició, en els quals també m'hi trobo, de dir: "A veure, tampoc es tracta d'amargar-li el dinar a la gent, i ara és horari protegit, i tu pots explicar la mateixa història sense ser tan explícit". De fet, a vegades, ser massa explícit desvirtua i acaba banalitzant la informació, perquè només te'n recordes de les imatges i no del context. Són discussions que, almenys a la meva televisió, hi són, estan vives, són permanents, perquè no tenen solució, dependrà sempre de cada plànol i de cada notícia. Per exemple, la imatge de l'Aylan a la platja. Aquestes ocasions es repeteixen cíclicament. Fins a quin punt tenim el deure, l'obligació, d'ensenyar les massacres al mercat de Sarajevo o no? Nosaltres ho ensenyem i si hi ha bombardeig de l'OTAN, però s'ensenya, no hi ha bombardeig de l'OTAN. Però què ensenyes i com ho ensenyes? A la televisió aquests debats han estat sempre molt vius, i com a estudiant se t'obre un món. Però, evidentment, després vas perfeccionant.

Altres periodistes comenten que aquestes discussions dins dels seus mitjans s'estan perdent.

No és per donar-nos-les de res, perquè és evident que l'actualitat se'ns menja i hem de tirar pel dret, i hi ha molts dies que actuem per acte reflex. Hi ha coses que es donen per sabudes, que estan al Llibre d'Estil però que més o menys ens les sabem, i anem fent. Però et posaré un exemple, a veure si ho trobo [mostra un vídeo en el telèfon mòbil]: aquesta és una discussió en una taula a peu dret. I aquí hi ha l'editor del programa, que soc jo, la cap de redacció, que coordina totes les seccions, la redactora d'edició, que

treballa amb mi, la sots-cap de societat, un altre cap de redacció, dues redactores i un altre redactor d'edició. Aquí què estem fent? Doncs és la pausa de les dotze del judici del procés i ens hem de posar d'acord a veure què és el que hem trobat interessant i com ho titularem. És un exemple gràfic de les discussions que tenim, que a vegades ens en fotem i tot. Per tant, hi ha sis o set persones per discutir: què has considerat avui tu important? Jo això, jo allò... per on titulem? És un exemple pràctic de discussions que jo a vegades dic: "Hòstia, va, siguem operatius". Però és un exemple perquè vegis que això es produeix per discutir sobre un tema sensible... bé, i no tan sensible, perquè ja és habitual. Però discutim per dir: "L'hem d'ensenyar o no, tal persona?". Avui hem tingut aquesta discussió. Després és cert que hi ha una cadena de comandament i hi ha decisions que es prenen a certes instàncies, però aquestes decisions a altes instàncies rara vegada es prenen ignorant la discussió que hi ha hagut del redactor, l'expert en tribunals, els caps de secció, l'editor de torn... ja veus que aquí érem set o vuit persones. Ens han posat una taula a peu dret per fer les reunions més operatives i d'alguna manera formalitzar-les, que no sigui una cosa de passadís. I diem: "Va, anem a la taula i decidim en 10 o 15 minuts si ensenyem o no la cara d'aquesta persona". I hi ha una discussió professional. El cas de l'Aylan el recordo molt bé, i això va ser fa tres o quatre anys, no gaire més. Arriben les imatges d'agència a la una i pico: "Ostres, és una imatge d'obertura, de sumari. Però quin tipus d'imatge posem?". Perquè hem de procurar preservar la dignitat, però també ser fidels al que està passant sense amagar la realitat i sense edulcorar, perquè a vegades sembla que, perquè la gent no s'ofengui a casa i no li sentin malament els macarrons, l'hi haguem d'amagar tot. I és clar, nosaltres tenim també el deure d'informar. Per tant, en el nostre cas vam optar per dir: "Sí, ho ensenyem, però no pot ser la primera imatge després de la careta del sumari. No pot ser entrar amb la música a tot drap i una imatge de pla curt d'un nen mort". Per tant, posem música, *fanfarra*, no sé què, i després "avui a les costes de Grècia ha passat una cosa que han arribat imatges molt frapants..." D'aquesta manera, tu pots prevenir una mica l'espectador. És veritat que pots discutir si és un efecte crida o no, perquè al final el que estàs fent és que et mirin, però tu has advertit l'espectador. I després, altres debats: quin tipus de pla posem, curt o llarg? De quants segons? En canvi, jo recordo altres televisions que aquell vespre ho van passar a tota pantalla al *videowall* que tenien al darrere, el pla curt en bucle mentre feien una tertúlia. Entre el deure d'informar i utilitzar la desgràcia vulnerant els drets a la privacitat i a la intimitat de les persones hi ha molts grisos, i aquestes discussions les tenim. I recordo la discussió que vam tenir, que Internacional deia "això s'ha d'ensenyar", i edició deia "però vols dir?", i a vegades ho

ensenyem, però com ho ensenyem? Que aquesta discussió hi podria ser més? Segur. Que els veterans tenien més tendència a fer-ho i ara anem molt apretats i no tenim tant temps de fer-ho? També.

Què ha passat?

Ara editem, que abans no editàvem, ara fem tota una sèrie de tasques que no ho fèiem... i això t'afegeix estrès a la feina que et fa tenir menys temps per entrar en la discussió. Però ara entre nosaltres: la secció d'Internacional, almenys a la tele, és coneguda per tenir aquests debats, i a vegades fins i tot els hi diem: "Abaixeu el volum, eh!". Però en altres seccions, la realitat del dia a dia se'ls menja més i no tenen temps. En general, però, a l'hora de triar imatges, de decidir com titular, com jugar amb les imatges... hi ha discussió, i tot i que al final algú pren la decisió, les discussions hi són.

Però deia que els que prenen les decisions tenen en compte aquestes discussions.

Buff, Déu me'n guard que jo anés pel dret i, com a editor, fes el que em dona a mi la gana. Jo firmo l'informatiu, però no és el meu informatiu, no és un informatiu d'autor. És un informatiu de la televisió pública i, com a tal, jo haig d'intentar respondre a les necessitats informatives de tota la ciutadania. I això passa perquè els meus apriorismes i la meua manera de pensar es quedin a casa. És evident que hi podrà haver una certa empremta personal, perquè tots la deixem en el que fem, en el nostre dia a dia, i és evident que jo avui pensava que era important dedicar un sumari als drets d'autor a la xarxa i al que ha passat avui al Parlament Europeu, i un altre editor això no ho haurà considerat prou important per posar-ho a sumari. Però la informació de cada redactor... per a mi és sagrat que tothom escrigui allò que creu que ha d'escriure dins d'un programa que és un conjunt, i que entre tots fem una fotografia instantània del que ha passat aquell matí. A la tele som... no et diria que assemblearis, però ens agrada a tots discutir, i de fet jo soc dels primers que animo a tothom a posar les coses en qüestió, a dir: "Escolta, vols dir? Per què? Per això, això i això". Però passa moltes vegades que els editors tenim un sumari al cap, i pensem "farem això, això i això", però fem televisió, i a vegades et ve el muntador de torn i et diu: "Escolta, això que t'has imaginat tu no s'aguanta perquè la imatge és així o aixà", o al contrari, et diuen: "Escolta, hi ha una imatge molt més bona que et millora el que tu havies elaborat o t'ho fa canviar del tot". I cap problema, al contrari: hem de fer el producte més acurat i afinat possible, més fidel a què ha passat, i evidentment no podem negar que som una televisió i ho hem de presentar d'una manera atractiva, sempre

respectant uns mínims. No fem espectacle, tot i que la televisió, en part, també és espectacle. Hem de jugar amb elements intangibles. Però tot això hi és, una altra cosa és que siguem capaços en el dia a dia de fer la discussió, però tots som conscients que el material amb què treballem és molt sensible en tots els sentits, perquè estem parlant de violència masclista, de violència sexual, política... tot és molt delicat. Tot pot induir al prejudici, a l'estigmatització... és igual, el que sigui. I hi ha dies que et pots haver equivocat; jo m'equivoco, segurament, moltes vegades, però no hi ha mai la desídia d'haver-ho fet perquè sí. Tot i que a vegades hi ha imponderables... "ostres, és que al titulet hem posat víctima i no supervivent..." i tenim unes discussions! Per exemple, ahir aquesta la vam tenir. Però és clar, una persona que trenta anys després d'haver patit uns abusos per part dels seus mestres, que avui encara ha d'amagar-se per explicar la seva experiència, que sap que mai hi haurà justícia perquè han prescrit els crims... és víctima o supervivent dels abusos? Saps que hi ha aquesta discussió, que si parlem de víctimes estem victimitzant la persona, i per tant estigmatitzar-la... per tant, hi ha una sèrie de discussions súper interessants. Ara, a la tele, a més, estem en moment d'efervescència, sobretot pel que fa a la violència masclista i la informació amb perspectiva de gènere, i per tant, debatem què hem d'utilitzar, si la paraula "víctima" o la paraula "supervivent", perquè ha sobreviscut. Ahir vam tenir una discussió d'una bona estona sobre això.

Creu que als mitjans públics la presa de decisions es realitza de forma més col·lectiva que en els privats, on hi ha una major jerarquia?

Ui, nosaltres... a veure, tampoc et dic que ens ho passem bomba, perquè jo com a editor arriba un moment que em poso molt nerviós i començo a mirar el rellotge i dic: "Molt bé, la conclusió d'avui és que li direm així o aixà", perquè no tindria sentit tampoc que el redactor parlés en uns termes al vídeo i que nosaltres a la introducció o al sumari hi féssim referència des d'una altra perspectiva. Per no parlar que si "exiliats", "presos polítics", "polítics presos"... discussions, moltes. Que segurament n'hi havia més abans? No t'ho sé dir. Jo tinc la perspectiva de vint anys, i et puc dir que almenys, en el meu entorn i per la meua manera de ser, ha estat així sempre. Hi ha hagut direccions que han estat més propenses a obrir debats que altres? Sí, també. La que tenim ara és d'obrir debats, per exemple en el cas de violència masclista, i estic parlant de violència masclista i no de gènere expressament, perquè hem tingut un debat professional els últims mesos, amb formacions internes, etc, que ens han fet evolucionar el llenguatge, ens han fet reflexionar i arribar a conclusions. Això, instigat per una direcció, en el bon sentit de la paraula, que

ha considerat, penso jo que amb bon criteri, que és un tema del qual n'hem de parlar més, que no pot ser que la vulneració dels drets fonamentals de la meitat de la població passi desapercebuda. Però, com ho fem per no perpetuar tot això?

Fa poc han posat en marxa el pla d'igualtat.

Tenim la voluntat de posar-nos en qüestió de forma permanent, i com a mitjà públic tenim l'obligació de fer-ho. Però les discussions hi són.

Vostè va començar des de baix de tot, com a estudiant en pràctiques.

Sí, exacte. Torno a l'inici: vaig fer la beca sis mesos, vaig acabar al juny i a l'agost des de la facultat em van dir: "Escolta, en una altra emissora de televisió han quedat places". I jo vaig dir: "Perfecte, però jo no puc fer els sis mesos sencers perquè al setembre torno a estudiar i no puc, però faré tres mesos a l'estiu". I tornem al de sempre: treballar, gratis i a l'estiu. Que això servia fa 25 anys, l'any 1997. I em van dir: d'acord. I vaig anar-hi juny, juliol i agost, fins a principis de setembre. Per què ho recordo de forma tan clara? Perquè em va tocar a mi fer el vídeo de la mort de Lady Di el 31 d'agost. Clar, venia amb el rodatge de les primeres pràctiques, i van dir: "Mira, aquest xaval se'n surt". I vaig fer el vídeo de la mort de Lady Di. Perquè te'n facis una idea: vaig acabar les pràctiques de la carrera, ja estava contractat a l'altra televisió, i alhora anava fent substitucions a la televisió pública; va haver-hi un moment que bastant seguides. Fins que es van obrir les places per fer les oposicions, i les vaig passar. Llavors me'n vaig anar de corresponsal a París amb oposicions passades però sense plaça, com a autònom. Donat d'alta com a autònom i cotitzant cada mes.

Què va passar amb les oposicions?

Me les havia tret i no hi havia plaça, o sigui que estava en llista d'espera. Les oposicions les vaig fer el 2001, fa divuit anys. Ho tinc clar perquè jo estava col·laborant molt amb la secció, estava contractat, i just fent un dels vídeos del setembre del 2001, quan va entrar algú a la sala d'edició. Just en aquell moment estava fent un vídeo d'un portaavions americà que enviaven cap al golf, i em ve el meu cap de secció i em diu: "Te n'aniries a Islamabad?" I jo: "Sí, sí, però deixa'm que haig d'acabar el vídeo". I me'n vaig anar a Islamabad contractat, però per fer allò que a la tele n'hi diem "sessions": per anar a treballar uns dies determinats. Una setmana, un mes... jo havia arribat a tenir molts contractes diaris. Potser treballaves sis, set, deu dies seguits, i quan acabaves aquell

període et deien: “Has de passar per Recursos Humans a firmar els contractes”, i anaves allà i firmaves set o vuit contractes, o els que fossin, i llavors a l’historial de la Seguretat Social tens uns quants contractes de dies. Això passava, en el seu moment. Ara, no: des de les retallades, l’ERO del 2012... s’han acabat les substitucions, s’ha acabat tot això, i per substituir una persona ens costa molt, hi ha d’haver una baixa de més d’un mes, hi ha d’haver un percentatge de plantilla de baixa... és molt difícil, i nosaltres ho estem passant malament per això: va haver-hi les prejubilacions dels majors dels 61 anys, bé, acomiadaments; i ara per suplir aquestes vacants és molt complicat.

Explicava que se’n va anar a París, doncs, com a autònom.

Sí. Me’n vaig anar a París com a autònom, amb les oposicions passades, i va arribar un moment que em truquen i em diuen: “Ha corregut la llista i et toca, i et tocaria ocupar plaça de redactor i tal i qual”. I jo vaig dir: “Home, jo ara a Parísestic molt bé de corresponsal, la incorporació ha de ser immediata o pot ser més tard?”. I llavors em van dir: “No, no, cap problema, la plaça és teva”.

De fet, estava treballant per a ells.

Clar, és que estava treballant per a ells! També col·laborava amb altres mitjans, perquè era autònom, per tant podia treballar per altres... vaig col·laborar amb un diari, també amb el servei espanyol de la televisió pública britànica... vaig col·laborar amb diversos mitjans, facturaves i ja està, sabent que jo tenia una font principal d’ingressos que era la televisió. Com a context: abans de marxar, la televisió havia decidit tancar París, perquè havien decidit que no interessava o pel que fos. I la secció d’Internacional es va rebotar i va dir: “No pot ser que tanqueu París!” I la direcció va dir: “Home, si hi ha algú que hi vol anar a tant la peça, d’acord, però un corresponsal fix, no”. I a la secció, els que estàvem allà fent substitucions, vam dir: “Home, nosaltres volem!” I dels dos o tres que hi havia, em van dir: “Ves-hi tu, xaval. Si tu estàs disposat a anar-hi, ves-hi. Pel teu compte i risc”. I una de les coses que em va demanar el cap de producció en aquell moment va ser: “Abans de marxar, ensenya’m que estàs donat d’alta a la Seguretat Social pagant tu”. Vaig anar al gestor i em va donar un full que li vaig ensenyar, de manera que es van quedar tranquils, pensant: “Aquest noi no ens demandarà”. Un altre detall, també, va ser quan els dic: “Escolta, estaria bé que em poguéssiu fer targetes”, i no me les van voler fer perquè van dir: “A veure si amb aquestes targetes ens pots demandar i dir que ets un fals autònom”. I jo vaig dir: “Home, entre tu i jo, els dos sabem que ho soc, però si tu em

pagues a final de mes, jo no tinc per què demandar-te”. Tal qual li vaig dir al cap de producció, que va riure: “Hahahaha, com ets”, em va dir, i jo: “No, més clar, l’aigua”. Soc un fals autònom, treballo només per vosaltres, el 80-90% dels meus ingressos són per vosaltres, soc un fals autònom amb totes les de la llei i només us demano unes targetes de visita. Que no me les voleu fer? Ja me les faré jo, però davant d’un judici, això és el de menys. Et diré que, anys després, vaig anar a declarar en el judici d’una companya que l’havien fet fora com a falsa autònoma.

Igual que el treball gratuït, ser fals autònom també sembla un “peatge” dins la professió.

Jo vaig fer-ho els tres anys llargs que vaig estar a París. Quan se’m va acabar l’etapa, perquè en l’àmbit personal també havíem tancat ja un cicle, per raons de la meua companya i coses d’aquestes, vaig dir: “Ja torno”. Vaig començar a treballar de redactor i em van assignar al canal d’informació 24 hores, on vaig estar tres o quatre mesos. I ràpidament em van dir: “Vols anar de corresponsal a Brussel·les?” I jo vaig dir que sí. Com a corresponsal vol dir que ja tens el sou de redactor, més el plus de corresponsal, que és llibertat d’horari i aquestes coses. I en aquest cas em pagaven el pis, que clar, quan estava com a autònom, no.

Quines diferències hi havia entre ser autònom i ser corresponsal?

El que va canviar, bàsicament, és que tenia l’allotjament garantit, perquè l’empresa me’l donava. Però també t’haig de dir que, en funció del que treballassis, podies arribar a guanyar diners. Jo conec gent que treballa a la televisió basca, que pagaven bastant bé als autònoms, i és veritat que tu cotitzes per a tu, però la diferència final no era tan econòmica sinó, si tu vols, de disponibilitat. Tot i això, a la televisió sempre hem estat bastant raonables i hem dit: “Si aquest corresponsal o col·lega porta una setmana, encara que sigui autònom, treballant com un boig, doncs el deixarem descansar el cap de setmana”. Es fa de més i de menys. També és cert que el corresponsal és una figura molt feta a mida, és a dir, que depèn molt del teu caràcter. Hi ha gent a qui ens trucaven el dissabte al matí i ens fotien el cap de setmana enlaire i ens feia il·lusió, entre cometes; i n’hi ha d’altres que no els fa tanta il·lusió i són menys productius. Jo, quan estava d’autònom, per força havia de mantenir un compte de què anava fent, perquè havia de facturar. I aquell Excel el vaig continuar fent un cop contractat, perquè em volia desmentir a mi mateix i veure si un cop contractat produeixes menys o no.

I es va desmentir?

Em va sortir que treballava igual o més. La fal·làcia de “l'autònom curra més perquè si no no cobra, mentre que el treballador fix s'*apalanca*”, hi ha casos que passa, i podríem buscar algun nom i segurament ens posaríem d'acord. Però depèn de com siguis tu, també. Jo, ja et dic: vaig fer un Excel on anotava els vídeos i els directes que feia i facturava, i aquell mateix Excel el vaig fer després com a corresponsal contractat, per contrastar les dades.

En el seu cas, doncs, hi ha un component molt vocacional.

Hi ha línies i línies de treball. Però sí que et puc dir que, parlant amb col·legues d'altres mitjans, justament essent corresponsal, a alguns, el fet de no tenir la plaça fixa garantida els feia... no dic no ser ètic, però sí assumir les tesis que els venien imposades. Per exemple, estàvem en un moment de negociacions de pau pel tema basc. Doncs un col·lega no preguntava sobre “*el proceso de paz en Euskadi*”, sinó que preguntava sobre el “*mal llamado proceso de paz*”. Quan tu, en un directe, li col·loques el “*mal llamado de paz*”, “*las negociaciones con las etarras...*”, ja vols dir alguna cosa. Jo això ho he sentit en directes d'informatius d'altres cadenes de televisió. I quan tu no fas una pregunta que has de fer, perquè saps que si la fas et renyen... jo això jo ho he vist i m'ho han explicat, perquè una companya m'ha dit: “No, això millor no ho pregunto”, i en canvi ens ho feien preguntar als de la pública, perquè a nosaltres ens cau una *bronca* i bé, fins fa uns anys no ens feien fora. I aquest factor hi és.

El fet de tenir unes oposicions passades i saber que no pot perdre la feina, li dona més llibertat a l'hora de treballar de la manera que vostè creu?

Jo crec que sí. En general, no sé si més llibertat, però sí. Llibertat no sé si és la paraula, però tens un sentit del deure, que saps que has de fer una sèrie de coses i les fas com creus que les has de fer. És evident que estàs treballant en una empresa determinada, hi ha uns límits, hi ha uns usos, unes rutines... però a ningú se li acut dir-li al redactor de torn com ha de fer una frase, perquè et *munta un pollastre* i aquell tema acaba al Consell Professional i s'acaba muntant un circ, en el bon sentit de paraula. Com a editor, ara m'hi trobo. Me'n cuido molt, de fer modificacions de textos de col·legues que escriuen perquè jo després ho llegeixi. Jo, si canvio alguna cosa, és més per una qüestió estilística que res, perquè a mi em va millor per la frase, per com està construïda, però si haig de canviar una

cosa transcendental ho comento: “Escolta, vols dir que no hem d’anar per aquí o per allà?”. I no hi ha res que es faci per “*ordeno y mando*”. Almenys, jo, no m’hi he trobat. Amb altres mitjans, col·legues meus m’han explicat que hi ha coses que es fan d’una certa manera i el redactor acata i compleix. En el nostre cas... jo a vegades puc demanar missa, però a mi m’entreguen el vídeo que m’entreguen i com a editor ho haig d’assumir, perquè jo firmo el programa, però moltes vegades haig de dir: “M’han colat un gol” o “jo ho hauria fet totalment diferent”. O faig una petició que dic: “Aquest vídeo ha de durar 1:40”, i me n’entreguen un de “2:10”. I tu, abans d’emetre aquest vídeo, estàs en directe i et diuen: “Fa 2:10”. I això, a la privada, pel que tinc entès, no és ben bé igual. Pot semblar un retret, i en certa manera ho és, perquè em destarota l’escaleta i fa que tot balli, i costa molt quadrar-ho, però també és positiu, perquè vol dir que tothom té el seu criteri i tothom hi posa el millor del que sap. Una altra cosa és que estiguem d’acord o no, però en parlem tots plegats i al final dius: vinga. Però tenim, si tu vols, el paraigua del llibre d’estil, que és el que després, en cas de conflicte, ens ajuda a aclarir coses. El que passa és que a vegades anem a un ritme tan frenètic que l’anàlisi és posterior, quan hauria de ser a priori. I dius: “Aquestes discussions o aquest enfocament, vols dir que han estat el correcte?”. Per tant, jo puc fer un dibuix d’escaleta, que pot canviar i ha de canviar durant el dia, i sobretot ha de variar en funció del que diu la gent que està sobre el terreny. Jo, com a editor, em puc encaparrar a voler fer una cosa de certa manera, però si el redactor no ho veu, allò no sortirà. Ho sé perfectament. O al revés: jo potser no veig un tema a primera hora, i després me’l venen bé, me l’expliquen i anem a *tope*.

Creu que les decisions als mitjans públics es prenen d’una forma més col·lectiva que en els privats?

Bé, és clar, arriba un moment... jo últimament he fet servir l’expressió del Marchena: “Molt bé, anoto la teva queixa, en queda constància però nosaltres hem de tirar pel dret, perquè hem de fer un sumari i creiem que s’entén millor així que no pas com tu m’ho proposes”. Però rares vegades passa, això. Sí que recentment en vaig tenir una de grossa perquè vaig treure d’un off, d’un text que jo llegia, unes nacionalitats. Perquè la cap de societat i jo vam considerar que allò, tal com diu el llibre d’estil, no era rellevant per a la informació. Però el redactor de torn considerava que sí que era rellevant, i es va enfadar molt. Però jo vaig agafar l’arma de dir que en el llibre d’estil hi ha unes directrius i que a més la cap de secció també estava d’acord amb mi. Sí que hi ha dies que no fas content a tothom, però això també és part de la teva feina. Tampoc estic dient que aquí tothom fa

el que vol, però bé, hi ha dies que em discuteixo amb la cap de redacció. Amb el cap d'informatius no tant, perquè no es deixa caure gaire, però sempre diem: "Jo crec que això ha d'anar per aquí, per aquí i per aquí". I per a mi, la imatge del dia és aquesta. Tu sí que al final has de triar la imatge del dia. Quina tries, en funció de quins materials tens, de la immediatesa... hi entren molts factors.

De totes les seves etapes, quan s'ha sentit més lliure per fer les coses tal com li semblava a vostè?

De corresponsal, fos com a autònom o com a redactor. Ja et dic: per mi no va canviar gens la manera de treballar en funció de la manera de facturar. Si em pagaven un tant a final de mes o jo havia de fer una factura diferent a cada final de mes, per a mi, sincerament t'ho dic, era el mateix. Era dir: "Hòstia, estic en un país estranger, haig de detectar quins són els temes rellevants a nivell d'aquell país, a nivell global, que poden interpel·lar el meu espectador, que poden tenir elements de connexió i proximitat, i com jo ho faig arribar, fer una agenda, fer una previsió de temes, vendre'ls, fer entrevistes, rodatges...". Tot això no va canviar. Però això també ho pensava quan era "corresponsal", entre cometes, de la televisió local on vaig començar. Jo sabia què passava allà, què es coïa, i per tant sabia amb qui havia de parlar, sabia què passava cada setmana... que per a mi era el més interessant. És quan més lliure et sents, quan vas pel teu compte, quan pareixes la història... quan trobes una història, l'estires, va recollir els elements i després els vens.

Els autònoms, en general, diuen que tenen més llibertat a l'hora de treballar que no pas els que estan en una redacció.

Ara, també és veritat que jo vaig estar dos mesos al Pakistan quan va haver-hi els bombardejos a l'Afganistan. I a vegades et trobaves situacions tan ridícules... això ens ha passat a tots, que tu estàs en un lloc veient una realitat, la que sigui, i et truquen i et diuen: "És que hi ha un teletip que diu que...", i t'intenten corregir, matisar, allò que tu has vist amb els teus propis ulls. I dius: "Home, fins aquí podíem arribar". Per tant, jo, ara, com a editor que estic a taula, ho tinc molt present. Si el corresponsal o el redactor de torn que està a la manifestació del que sigui em diu que hi ha molta gent, o poca, o que estan emprenyats, o que estan tranquils, jo m'ho crec. Per molt que el teletip em digui el que sigui. Potser estarà molt bé el teletip, però potser està fet en un altre moment, fa una estona, des d'una altra perspectiva, des d'un altre lloc que potser no és exactament el mateix... per tant, jo em creuré sempre més el meu redactor, i a més així ho diu el llibre

d'estil. És que jo també he sigut redactor i m'hi he trobat. Però matisem: també és cert que el redactor veu una part molt concreta; en aquest cas, de la manifestació. Si tu tens més *inputs*, complementes allò. No ho desmenteixes, però ho complementes. Per tant, des de la taula, també tens més fonts complementàries, sobretot ara amb els mòbils i les xarxes, que pots enriquir-ho molt més. Has de trobar un equilibri de tot plegat per enriquir la informació.

Considera que les condicions laborals de la seva empresa són bones?

Home, és evident que les condicions laborals, si parlem de sou i horaris, de la meua empresa, comparat amb com està el mercat, són molt bones. No es pot negar. Però aquí hi hauria el debat de fons sobre què ha de cobrar la gent. Què ha de cobrar qualsevol professió? Estan ben o mal pagats els mestres? Segur que els mestres et diran que estan molt malament, i en canvi algú que cobri menys et dirà que estan molt ben pagats. El problema és que els redactors d'un mitjà públic d'àmbit nacional cobren 2000 euros al mes? O el problema és que els altres no cobren això? Aquests 2000 euros al mes, fan que aquelles feines les facin d'una certa manera o no? Jo crec que sí. En termes generals, sí. Que hi ha d'haver mecanismes, que això passa en tota la funció pública, de control i rendició de comptes que no sempre es produeixen... potser em tiro pedres sobre la teulada, però és cert que pot haver-hi el risc d'*apalancament*, també. Pot haver-hi el risc, sí. Però també és veritat que nosaltres portem un cicle infernal de retallades del 30% del pressupost, i per tant, quan tu has perdut un terç de la plantilla, has perdut el pressupost de publicitat, has perdut molts recursos, vol dir que la gent ha de fer moltes més coses. I vol dir que la gent va més apretada. És just o no és just? Que no es cobra malament, és veritat. Però que es treballa molt, també.

Arran de l'ERO i les retallades, han de treballar més que abans?

Home, sí. Hi ha un doble factor: el tecnològic i el factor precarietat, tot i que no sé si tindria el valor de parlar de precarització. Per una banda hi ha el tema tecnològic, que abans de la crisi ja van dir "digitalitzem la redacció", però abans teníem muntadors i ara muntem nosaltres. Per tant, incorpores a la teua rutina noves feines que no feies. És veritat que les fas molt més ràpid, perquè abans la cinta requeria un temps que ara no requereix, ja que muntant en no lineal pots anar més ràpid. Però jo també soc dels que pensa que els redactors, els *plumilles*, podem editar, però no muntem com un muntador.

Els demanen cada cop més polivalència?

Això és evident. Sí, sí. Cada cop som més polivalents. I no és que ens ho demanin, és que ho som. Perquè estem muntant vídeos que fa quinze o vint anys, quan jo vaig entrar a la tele, no muntàvem nosaltres. Per tant, hem hagut d'aprendre no només la narrativa del llenguatge audiovisual pel que fa al muntatge, sinó també a dominar unes eines tecnològiques que abans no dominàvem. Què vol dir? Bé, doncs plans de formació, formació contínua, cursets, reciclatge, i endavant. A més, hem introduït canals nous. El canal d'informació 24 hores no va existir fins al 2004, de manera que abans produïem per un cicle informatiu determinat. Els redactors d'horari del matí treballaven, durant les seves vuit hores de feina, per a l'informatiu del migdia; i els de la tarda, per a l'informatiu del vespre. Ara el cicle de producció és permanent, i si abans feies una peça, ara potser en fas dos, tres o quatre en diferents formats. Per tant, estàs fent més feina de la que feies abans i estàs assumint més tasques dins l'elaboració d'aquesta feina.

Perquè, a més, hi ha menys personal.

Durant el procés d'elaboració de la notícia, abans no muntaves, sinó que trucaves a documentació i deies: “busqueu-me les imatges de”, i hi havia una persona a documentació que et buscava “les imatges de”. I tu hi anaves al cap d'una estona, pujaves al pis de dalt i baixaves amb un carro ple d'imatges, o amb un cabàs amb cintes amb les imatges que havien sortit de la recerca. I llavors, aquelles imatges, algú t'ajudava a muntar-les. Aquestes dues persones, que són especialistes, s'han especialitzat encara més en els seus àmbits, però ara aquestes feines bàsiques de telenotícies les fas tu. A més, fas més peces, i si hi afegeixes que el 2012 retallen la plantilla, quan estem produint més que mai... per què ho dic, això? Perquè no només fem l'informatiu del migdia, el del vespre i el canal 24 hores, però és que a més no tenim diners per fer programes... no tenim diners, per fer entreteniment... per tant, no podem produir programes d'aquest tipus. I com omplim la graella? Amb informatius. El programa del matí és informatiu; i després la graella s'assumeix amb productes del canal 24 hores. I a la tarda, no ens enganyem, el que se suposa que és un programa d'entreteniment, un *magazine*, no ho és, perquè durant un temps ho va intentar ser i les audiències es van enfonsar, i portem tres o quatre anys que tot ha derivat a la política. Per tant, la graella de la televisió pública, si tu la mires des de les sis del matí, amb el parèntesi del programa gastronòmic i la telesèrie, i tret d'algun programa en concret, de sis del matí a deu de la nit és informació pura i dura. Disfressada,

entre cometes, edulcorada i tal, però l'elabora la mateixa redacció que ha estat retallada. No vull fer el ploricó, però és per descriure la situació.

Habitualment la gent pensa que als mitjans públics tothom està bé i no hi ha retallades.

El pes de la graella és bàsicament informatius. I sí que al programa de tardes tenen un equip de col·laboradors que fan gràcia, però és informació pura i dura. Per tant, dius: està ben pagat o no? Podem discutir el que calgui.

Creu que s'han notat les retallades en la qualitat de la informació?

La paraula no és precaritzat, però sí que s'han hagut d'assumir més tasques en els últims anys. S'ha hagut d'assumir més hores de graella, de programació, que això sí que és un fet objectiu, i amb menys gent. Per tant, el producte no ha sortit sempre, segurament, amb el nivell de qualitat que segurament a tots ens agradaria. Per exemple: si tu has d'omplir tot el matí amb informació, ho fas amb una motxilla, perquè saps que ara tenim la tecnologia. O sigui, hi ha els dos factors: la tecnologia et permet fer més directes, perquè amb una motxilla 4G fas connexions des d'on vols, i com que has d'omplir doncs vinga, fem directes a *tutiplén*. Però si tu estàs davant d'una càmera, difícilment estàs recollint la informació.

Estar davant la càmera significa poder recollir menys informació?

Si tu estàs tot el matí explicant què ha passat durant les hores precedents, no pots estar recollint informació nova. Això jo ho he vist en els mitjans potents, per exemple quan van cobrir el referèndum d'Escòcia: tenen els *anchors*, els americans i els britànics, que fan la feina aquesta de repartir joc, però tenen un equip a darrere de redactors, productors, productores... que els van nodrint d'informació, i després això fa que la informació sigui rica. Si tu combats la precarietat o la manca de recursos estirant com un xiclet la programació informativa, que és el que dona audiència i que és barat, perquè amb una motxilla 4G ho pots fer des de qualsevol lloc, potser no podràs fer un reportatge, o una entrevista. Potser no podràs fer aquell rodatge que et requereix tot un matí de feina.

Creu que s'ha notat, aquesta manca de temps, en el tipus de continguts que s'emeten?

Totalment. Però això ja ho vaig veure quan estava a París i a Brussel·les. A Brussel·les va ser flagrant, i ara nosaltres també estem, entre cometes, caient en això. Un exemple concret: un corresponçal, quan té més valor, és quan t'analitza la realitat del país en qüestió, quan pot anar a buscar fonts que no són habituals i que et donen perspectives diferents... i això requereix temps. Jo haig d'anar a gravar, haig de fer l'entrevista, haig de tornar, haig d'editar... i això són hores de càmera, hores de sala de muntatge, lloguer de material, etc. És molt més barat demanar-li al o la corresponçal una connexió de 25 segons, que normalment són 25 i només en alguns casos arriben a ser 30 o 40 com a molt. I penso, per exemple, en el que em va explicar una corresponçal d'un altre canal a Brussel·les: "A mi em demanen directes de 25 segons". En 25 segons de directe, què fas? Doncs el que es porta ara: *postureo*. I això és informació o no? Sí, són breus. No menystindré la feina dels col·legues, que fan informació, i és una informació que no és dolenta, que s'ha cobert, però que s'ha simplificat. Deixa'm ser políticament correcte. No poso en qüestió que allò sigui informació acurada i rigorosa, no vull pensar-ho. És informació rigorosa però en un format ultrabreu. Durant 25 segons, 30 o 40. La contraposició és el reportatge d'1:30, que és de "*saque*". A vegades fem la broma: "Jo, per menys d'un minut i mig, no m'hi poso". Per què dic un minut i mig? Perquè dues declaracions de 15 segons ja fa 30 segons, i un reportatge com a mínim ha de tenir dues veus. Més 15 segons d'*stand up* ja estem a 45 segons. És una frase per a cadascun d'aquests talls de veu, això fa un minut i mig. Són matemàtiques. I això és una peça senzilleta. Si tu fas una peça més elaborada amb 3 o 4 veus, caretes, respiretes... si deixes jugar la imatge i tal, als dos minuts te n'hi vas ràpidament. Ara, per fer aquells dos minuts de tele, hi has hagut de destinar tota una sèrie de recursos que les privades fa molt temps que no fan... a les públiques intentem encara fer reportatges, però cada cop es fa menys. Ha empitjorat la informació? Ha evolucionat. Vull ser benivolent, perquè estem tenint uns informatius, sobretot per televisió, molt radiofònics; molt de directe "ara i aquí".

A què ho atribueix?

Segurament també pel fet que la competència que tenim és molt *heavy*: els telèfons mòbils, Twitter i tot això fa que el reportatge més a llarg termini se't pugui cremar molt ràpidament. O és un tema molt ben treballat o específic, o el reportatge d'actualitat aviat et queda vell. Per tant, necessites una reacció ràpida i això t'ho resol el directe. Per tant, la tecnologia ens permet combatre amb altres armes els canvis d'hàbits dels espectadors. Per tant, a veure, tot és matisable: no és una merda, no és tot dir "anem de mal en pitjor",

i jo com a editor a vegades demano un reportatge. A mi, un directe al Parlament Europeu quan s'acaba d'aprovar el tema dels drets d'autor, d'acord. Això m'ho puc ventilar en 25 segons, però a mi m'agrada explicar les conseqüències, els antecedents... m'interessa el context, l'anàlisi periodística. No quedar-me en el titular, que és el més fàcil, i per això sovint demanem reportatges.

Com a mitjà públic, es poden escapar de la “dictadura” del clic i l'audiència?

A veure: és un debat etern. Si no ens mira ningú, deixem de tenir sentit, i ens devem als espectadors, a tota la ciutadania, a tots els contribuents. No podem fer un producte que no miri ningú. Però aquesta no és la principal motivació. La principal motivació és fer una informació de rigor i servei públic, plural, contrastada, etc, tal com marquen les lleis que ens regeixen. Ara, jo sé què vaig fer ahir i abans-d'ahir... i estic content, perquè sé que vam fer un 29... i ho dic perquè a vegades és fàcil caure en el derrotisme i en el dir “a la gent li està bé tot”, perquè a la gent no li està bé tot. Una altra cosa és que la gent tingui dret a distreure's i busqui la distracció on vulgui, i em sembla fantàstic que la busqui on calgui i es distregui. Però també és reconfortant pensar que en aquest país, quan passen coses grosses, la gent va als mitjans que li mereixen confiança, sigui el mitjà que sigui i sigui públic o privat. La gent va a mitjans que li donen un producte rigorós i fet des de l'honestedat, amb els errors que hi pugui haver.

Creu que la gent, doncs, dona valor a les marques i les capçaleres?

Sí. Si no, no s'explicaria que ahir tinguéssim un 29% d'audiència a l'informatiu. A Europa no passa, això. No passa enlloc, que gairebé una de tres persones miri l'informatiu un dia qualsevol. Perquè ahir no va passar res excepcional, i els dies que passen coses excepcionals hem arribat a fer un 39%, que és una animalada. Són audiències més que de Champions. Per tant, jo vull pensar que la gent ha adquirit l'hàbit de buscar en certes capçaleres, ja et dic, públiques i privades, paper, audiovisual i de tot, tota una sèrie de valors i de manera de treballar. I de fet, nosaltres, quan tenim tot el debat professional tecnològic, de com hem de fer evolucionar el nostre mitjà per no quedar-nos només amb la finestra televisió, treballar la multipantalla... tot això ho tenim molt treballat, o millor dit, molt discutit. Ens volem creure un mitjà multiplataforma, i en aquesta discussió hi ha els debats sobre com hem de fer evolucionar el nostre producte, perquè en el fons estem fent un producte informatiu, sense desvirtuar allò que ens ha fet líders però sense esperar el moment en què els nostres espectadors ens perdin la confiança. No podem esperar que

tothom hagi canviat per canviar; hem de canviar estant a la cresta de l'onada, perquè així acostumarem la gent als nous usos amb nosaltres. Si esperem que algú innovi més que nosaltres, ens marxaran i després nosaltres ja no hi serem a temps. Per tant, estem obligats, justament perquè estem a dalt, a fer evolucionar el llenguatge i que l'espectador s'acostumi a veure coses diferents, a incorporar nous elements a plató, realitats augmentades, fons virtuals, etc. No hem d'esperar que ho facin els altres, a veure si va bé, perquè els nostres espectadors estan acostumats a veure les coses d'una certa manera. Al contrari, cal que l'espectador confiï en nosaltres per dir: ara farem un salt tecnològic, farem un salt de finestres, i això que li donem aquí li ampliï en un altre lloc, o això vingui-ho a buscar allà i no aquí...

Pensa que l'intrusisme professional ha fet mal a la professió?

Bé... hauríem de pensar depèn de com i on. Les xarxes socials, si tu vols, han afegit soroll al *marasme*, i hi ha coses que es fan passar per informació que no són, perquè no estan fetes per criteris professionals, no estan fetes per professionals... per tant, hi ha molt d'intrusisme. Ha perjudicat la professió? Sí, perquè moltes vegades ens hem vist advocats, tots plegats, a reaccionar elaborant informacions o no elaborant-les d'acord amb aquest soroll ambiental. Sí, és clar que ha fet mal. Però ens ha fet més mal quan no hem estat fidels a les nostres maneres de fer. És a dir: quan per voler combatre aquest intrusisme, aquest soroll, aquestes interferències, hem volgut contestar en el mateix to. Avui ens ha passat, amb un company: un mitjà seriós publicava unes informacions serioses i, al peu d'aquestes informacions, hi havia alguna cosa que s'assemblava, per format, a informacions, i era clic-bait. Quan els mitjans seriosos, amb una credibilitat, fan això... sí que ens fa molt mal. Per mi, ens fem més mal quan ens hem plegat a deixar de ser periodistes i hem passat a ser "atractors de clics", que no pas el fet que hi hagi algú que té una informació valuosa i la difongui. Sempre hi ha hagut el ciutadà que té una imatge potent, però després aquí tu has de contrastar que sigui una imatge real, que aquest ciutadà fos on diu que era, que no t'intenti colar gat per llebre... el *cormorán* de la guerra del Golf ja existia. L'engany, l'intrusisme, la manipulació... això hi ha sigut sempre. Per això et dic: què entenem per intrusisme?

Em referia als pseudomitjans elaborats per gent que no és periodista.

Però això hi caus un moment. T'ho pots prendre com a entreteniment: "Vaig a veure les tonteries que s'inventen". Les "*fake news*" no són un invent d'ara, abans ja es venien

diaris amb tonteries. “*Mujer con tres pechos se come a un niño*”, i posaven unes fotos manipulades. Però això té el recorregut que té. S’han inventat moltes coses d’aquestes, moltes capçaleres estranyes que durant un temps van tenir èxit, o no. A altres països tenen la premsa sensacionalista, que aquí, ara Internet permet que hi hagi una sèrie de mitjans visquin o malvisquin venent tonteries i això circuli molt per les xarxes, sí. Però a mi m’agradaria tenir la visió a llarg termini: la gent ja comença a veure que per Whatsapp no pots enviar qualsevol cosa.

La gent necessita capçaleres de referència?

A mi el que em preocupa és quan és diaris de prestigi publiquen segons què, perquè ells també necessiten clics. Perquè llavors la gent diu: “és que ho ha dit tal mitjà”. I és aquí on tenim l’obligació, tots, públics i privats, de preservar la dignitat i el prestigi de les nostres capçaleres, que s’han guanyat un públic, cadascú amb els seus temes i la seva agenda, amb el seu rigor, punt de vista... són mirades diferents del món. Ara: si aquesta mirada es perverteix per vendre més, i per atraure un lector digital que al final deceps, crec que el problema és de base. A partir del moment que els principals diaris van decidir, perquè van ser ells els pioners, regalar la informació per veure qui tenia més clics en el seu moment, quan això no ho cotitzava ningú, tothom s’ha vist abocat a això. Ara comença a haver-hi intents que no sigui així.

I en general els mitjans volen anar cap aquí: fer pagar la informació en l’àmbit digital.

I s’entén. Però jo, amb perdó, que un digital em faci pagar per llegir que algú ha escrit a Twitter: “Quin bon dia que fa, m’agradaria estar a Londres”, i que el titular sigui: “Tal persona voldria estar a Londres i no presentant l’informatiu”... em sembla una tonteria. I és clar, llavors, al Congrés d’Osca va sortir la discussió: per pagar, has d’oferir un producte que s’ho mereixi, que valgui la pena. Llavors, aquí van venir els impulsors d’un nou mitjà, que són una gent a cavall de l’anàlisi geopolític i geoestratègic i el periodisme. I dius: bé, oferim una sèrie de productes oberts, però per a un producte premium, pagues. Hi ha mitjans que ja ho fan: tens un titular i un desenvolupament mínim, però joestic subscript i sé que puc entrar a tot.

El problema és que els mitjans necessiten més plantilla, per poder oferir aquesta qualitat.

Clar. Has de pagar diners. I segurament, i això ja forma part d'una altra anàlisi d'aquest país que tenim, no sé si cal tenir diverses capçaleres trepitjant-se entre elles perquè potser hi ha hagut interessos al darrere per promoure diferents altaveus polítics. No ho sé, però és clar, cadascú té les seves servituds.

Quan es parla de mitjans públics sempre es parla de pressions polítiques. Fins a quin punt les noten?

Bé, és un debat etern i que no està resolt enlloc. Altres països tenen mecanismes per garantir la independència, o un major grau d'independència, i un major grau de professionalitat. No dic que nosaltres no ho siguem, perquè si no no estaria fent la feina que faig, i jo crec en la feina que fem. Jo puc parlar del que jo faig, i jo no puc defensar-ho tot. I és evident que vivim en un país en què històricament els partits polítics han considerat que els mitjans públics, municipals o no municipals, eren el seu vedat de caça, i que allà es feia el que ells deien. I la programació es confegia d'acord amb els seus criteris. Al Col·legi de Periodistes l'altre dia encara ens va arribar el cas d'una ràdio municipal en què l'alcalde de torn està vetant una entrevista a un actor del municipi perquè aquest actor s'està rumiant presentar-se a les eleccions. Però és un actor del municipi, al qual han donat el premi X, i l'alcalde diu que això no surt. Com a cap de programació i cap d'informatius, sembla que tenen l'alcalde en persona.

Això encara passa?

Els mitjans públics de la Generalitat tenim una sèrie de mecanismes per, com a mínim, denunciar quan hi ha línies vermelles que es trepitgen, i són fonamentals: els Consells Professionals.

Són forts, encara, els Consells Professionals?

Depèn de qui els porta. Depèn del nivell de combativitat que hi hagi dins de la plantilla, del moment que sigui... per contextualitzar, t'haig de dir que a TV3... hi ha hagut el temor de fer el joc a aquells que es volen carregar els mitjans públics, i això crec que ha estat una arma de doble fil. És a dir: com que tots creiem en els mitjans públics del nostre país, hi ha hagut qui ha cregut que criticar-los podria donar munició a aquells que se'ls volien carregar, de manera que, en moments que hagués estat necessari alçar la veu, no s'ha fet. Jo crec que això ha estat una estratègia, en algun cas, que ens ha empobrit o que ens ha debilitat. Perquè és el que et deia: individualment no tenim força, i si no anem

plegats, costa molt posar línies vermelles. També t'haig de dir, no perquè sigui editor d'un informatiu ni me les doni de grans coses, perquè tots tenim peatges; però el nostre peatge, que em sembla que és assumible i obligatori, és que ha de sortir tothom. I a vegades hi ha qui diu: "És un rotllo". Però no, perdona, en el meu informatiu hi sortirà tothom. Almenys jo ho defenso, i a vegades sento veus de totes bandes, de totes, dient-me: "I aquests han de sortir?!". Doncs sí, precisament han de sortir tots. Una altra cosa ha de tenir interès, i si hi ha un dia que uns no surten, tampoc passa res. I poden ser d'uns o d'altres, en funció de l'actualitat. Als informatius, el terreny de joc està molt acotat. Hi ha més ulls mirant, l'actualitat és tan trepidant que et dona menys marge a les relliscades, tot i que pot haver-n'hi, o també hi ha qui -involuntàriament, vull pensar sempre-, es deixi emportar per la passió, i estar en una mani i semblar que sigui un manifestant més. Però jo crec que on han pecat els mitjans públics catalans és en els programes: en el fet d'encarregar programes fora de l'àmbit de "control" o supervisió del Consell Professional, on tenim tertulians a sou que tenen una plataforma il·limitada d'opinió. L'opinió, per a mi, ha de ser lliure, i només faltaria, però el problema és que quan tens deu opinions i vuit són d'una banda, dels quals tres semblen afincats allà... això pot fer la sensació que el global és esbiaixat, i a vegades paguem tots per errors o decisions que es prenen en esferes que no ens competeixen. I potser si haguéssim alçat més la veu, ens hauríem fet respectar una mica més. És complicat. Sembla quan critiques segons que sembla que tu també estàs en contra de la tele, i no és això.

Hi ha hagut autocrítica?

Jo en aquests moments t'haig de dir que, a dins, n'hi ha hagut molta, d'autocrítica. I que ha estat ferotge. Molta. No sé si hi ha famílies que es trenquen per Nadal, però a la tele hi ha hagut moltes discussions de dir: "Hi ha coses que no s'haurien de fer", "s'haurien de parar els peus a segons qui"... no cal ser gaire imaginatiu per dir: "Home! Està molt bé que aquesta senyora opini, només faltaria, però no cal que opini a tots els *putos* programes de la tele". És un problema. Que al final, hi ha una altra part, i que aprofita això per fer-se l'ofesa i dir: "Doncs ja no vindré més". Escolti, que vostè ha vingut sempre que ha volgut, eh. Es diuen moltes, moltes mentides. La líder de Ciutadans, durant les últimes eleccions al Parlament de Catalunya, va ser la que va tenir més minuts de paraula als informatius, com perquè després em vinguin a mi a donar lliçons de pluralisme. I també et dic que tots els que deien que els mitjans públics han de ser despolititzats, són els primers que quan poden no els toquis la seva quota. Fins i tot els *comuns* i ERC, que en

els últims anys s'havien omplert més la boca. Perquè els de Convergència no tenien cap problema en dir-ho, et venien i et deien: “Per què t’haig de fer cas a tu i al teu criteri professional, si a tu no t’ha escollit ningú?”. Aquest era el seu criteri, dir: “A vosaltres, periodistes, no us ha escollit ningú, de manera que el Parlament decideix. I per tant, si tenim majoria al Parlament, decidim nosaltres”. Però vostè no li diu a un metge per on ha de tallar, sinó que el metge decideix amputar per on amputa. Però alguns líders polítics deien això fins i tot davant de càmera: “Als periodistes no els ha escollit ningú; per tant, la gestió dels mitjans públics l’han de portar els polítics perquè són els que els ha escollit el poble”. Però a ningú se li acut dir-li a un enginyer: “Vostè no decidirà com fa el pont, sinó que ho decidiran els polítics perquè ens agrada més a nosaltres decidir”. Són els tècnics, els que han de fer la feina. Per això, és el que hem dit sempre: hi ha d’haver el Col·legi, organismes professionals... i per tant, la gestió dels mitjans públics, l’elaboració de graelles i prioritats, s’han de fer basades en les lleis de l’audiovisual, l’organisme en qüestió, els llibres d’estil... ho ha de portar gent que hagi passat un concurs, que hagi passat una selecció amb base a criteris estrictament professionals.

Els polítics encara pensen que els mitjans públics són seus?

Ara et parlo a nivell de Col·legi: ens trobem molts casos, sobretot a nivell municipal, però a nivell de més amunt també, en què els polítics creuen que si ells tenen tants diputats al Parlament han de tenir tanta quota peti qui peti, passi el que passi. Però miri, és que això no va així. Les notícies no són en funció de quotes, hem de respectar la pluralitat de la societat, reflectir-la però no amb base a una calculadora i un Excel, fent matemàtiques. Perquè si no, no parlariem de segons què i parlariem més de segons què altre. Perquè aquí, els mitjans privats fan el que els dona la gana i es passen de frenada per l’altra banda, donant sobrerepresentació mediàtica a partits extraparlamentaris que a més promouen el discurs de l’odi, cosa que ja és el sùmmum. Als públics els posem unes cotilles impossibles, en canvi als privats *ancha es Castilla*, perquè com que defensen el que ens interessa a nosaltres....

Creu que hi ha mecanismes suficients per frenar aquesta envestida política?

Ja et dic: nosaltres, en el dia a dia, tenim els *gatekeepers*. Quan hi ha pressions, hi ha el cap de secció, el cap d’edició, el cap de redacció, el cap d’informatius... hi ha barreres que intenten frenar totes aquestes pressions diàries, malgrat que el mateix redactor les rep quan va a gravar. Si tu vas a un barri a fer un tema municipal, se’t queixa un, se’t queixen

els altres... el mecanisme màxim és que el nostre cap s'erigeixi en escut i ens deixi fer la feina tranquil·lament.

Per a molta gent, la figura del cap és clau per poder treballar d'una manera o una altra. Però els càrrecs intermedis són difícils, perquè tenen pressions per dalt i per baix.

És que és això. Jo, per sort, vaig tant de cul amb el dia a dia... t'ho dic seriosament. A més, hi ha molta gent que em coneix molt, i que saben que seria totalment contraproductiu dir-me segons què, de manera que hi ha moltes coses que ja no m'arriben. Vull dir que la gent es queixa, i quan dic la gent, dic la gent en general, no només el polític que aixeca el telèfon i es queixa. Perquè també es queixa el de l'ONG de torn, el de l'associació de veïns de torn, el col·lectiu professional de torn, el de la plataforma de torn... Vull dir que tothom, legítimament, defensa els seus interessos, només faltaria, i quan considera que aquests interessos no s'han representat bé al mitjà públic, t'ho fa saber. Per tant, en prenem nota. Podem explicar, si ho creiem convenient, per què hem fet la informació com l'hem fet, però no ens hem de justificar. A partir d'aquí, hi estaran d'acord o no. No ens hem de justificar permanentment, només faltaria. Ara, que tenim una certa obligació de ser transparents en com treballem, sí. Però el dia a dia és complicat. On hi ha més problemes és a l'hora de veure què es marca com a prioritat, les veus que es donen al final del dia... fas un balanç global. I jo crec que hem patit un factor, durant els darrers anys, que a la nostra televisió ha estat més evident encara. En un moment en què et cauen els ingressos, per publicitat, per crisi econòmica; que et cauen els ingressos institucionals per retallades del pressupost públic, i que per tant tens menys efectius humans, menys diners per invertir en creació de continguts, vas fluix, les audiències fluixegen, augmenta la competència... tot el que t'he descrit fins ara és una cosa tècnica. I de sobte hi ha un filó informatiu, que és un filó d'or. Que, a més, al nostre públic el posa molt. I seré molt cínic, però jo entenc l'anàlisi fet des de les cadires de direcció. "És que tot el dia parlem del procés!", ens diuen. I el director de torn deu pensar: "Ja, però és que al programa de la tarda, quan tocava el grup de torn, quan entrevistaven el cabareter de torn i convidaven al cuiner o cuinera de torn, això no ho mirava ningú, o ho mirava menys gent. En canvi ara, quan conviden els tres tertulians de sempre a parlar del tema, ho *peten*. Doncs vingui, com que a més és baratet, que costa un entrepà i el que paguen als tertulians, que s'ha dividit per la meitat del que els pagaven fa uns anys...". Què ha passat, doncs? Que totes les televisions privades estan fent exactament el mateix. A nosaltres, per què ens foten altres

emissores a caure d'un cavall? Doncs perquè som la seva competència directa. No perquè ho fem més bé o més malament que ells, no soc corporativista en aquest sentit. Hi ha altres cadenes que fan coses molt bones, amb un tipus de llenguatge diferent, etc. Però estan tota l'estona “*y es que los medios públicos catalanes...*”? Perquè saben que som competència. I ens hi estem jugant les garrofes.

I els diaris, igual.

Clar. Quan han estat més durs? Quan han intentat competir contra nosaltres. I quan ens ha deixat tranquils? Quan diuen: “Bé, això està perdut”, i tiren la tovallola. No vol dir que no hi hagi coses que s’han de millorar, però és el context que t’explicava: menys ingressos, menys recursos, menys publicitat, menys audiència, perquè tens menys producció, no saps què fer... omplis hores i trobes un filó informatiu *bueno, bonito y barato*, o sigui que què vols més. I a sobre, els que manen, contents, tot i que no vull dir que hi hagi gent que això ho hagi elaborat a un altre nivell. I els privats han caigut en el mateix. És una “*futbolització*” de la informació, espectacle futbolístic. Uns contra altres, i a veure qui crida més.

Alguns professionals afirmen que, per al periodisme, hi ha hagut un abans i un després del procés independentista.

Per a mi, el que ha fet és posar en evidència les misèries, tot i que ja hi eren igual. El que passa és que ningú hagués aixecat un telèfon per dir-li al redactor o redactora de torn de tal televisió que allò ho fes així o aixà per un tema menor. Però les misèries hi eren, i hi havia mitjans que no parlaven del *Prestige*, o que no parlaven de “*vertido tóxico*”, sinó d’“*hillos de plastilina*”. Abans del procés, va haver-hi qui va tenir la temptació de dir-nos als mitjans públics que no podíem parlar de “segon tripartit”, que era un “govern d’entesa”. Hi va haver qui va tenir la temptació d’intentar-ho, i durant unes hores vam fer veure que creïem i dèiem “govern d’entesa”, perquè com que “segon tripartit” quedava lleig... per tant, les misèries hi han estat sempre, però el procés les ha posat a la vista d’una manera molt *heavy*, que ha fet que alguns mitjans enviessin un equip de Madrid aquí per cobrir una mani contra el terrorisme perquè el rei sortís bé. Però per mi no ha canviat res, sinó que ho ha obert en canal, ho ha descarnat i ha posat a tothom davant del mirall. I ha fet que alguns, ara no sé si seré molt bèstia, que es diuen periodistes, amb carnet del Col·legi o no, però amb grau i llicenciatura, legítimament, però equivocadament des del meu punt de vista, hagin pujat a una trinxera, la que sigui. I als

que hem intentat no pujar-hi ens han dit traïdors, i ens han dit de tot. I ens han encasellat igual: “Jo, per a alguns, soc un súper *indepe* i en canvi altres m’han dit que soc de Ciutadans. Perquè a mi no em cauen els anells per obrir amb el Torra si hem d’obrir amb el Torra, o obrir amb l’Arrimadas si crec que hem d’obrir amb ella o amb el Pedro Sánchez. Així t’ho dic. I en canvi, hi ha gent que creu que no hauríem d’obrir amb el Pedro Sánchez, i et diuen: “Ja es nota, que esteu intervinguts pel 155”. I això, que t’ho digui un anònim val, però hi ha gent que té firma i t’ho diu. I dius: “No estàs entenent res de la nostra professió”.

El procés ha arribat en un moment en què les redaccions estan afeblides, amb pocs treballadors i amb els comitès d’empresa i consells d’informatius molt aturats.

Clar. A mi m’ha passat, una cosa de context que no sé si t’ajuda: quan el govern filtra les negociacions de l’ERO, i ho dic tal qual perquè és el meu convenciment, que el govern va filtrar uns pretesos sous un diari escrit que tenia interessos en el sector, posant moltes coses que no són veritat; comença a córrer la brama que “a la televisió pública viuen com uns reis i els hem de retallar”. Però el govern no se’n sortia amb les negociacions i va haver-hi vagues i més vagues, fins que van encomanar una missió de “facilitadors del diàleg” entre comitè d’empresa i direcció. La persona del comitè que ho encapçalava em va demanar que l’acompanyés a negociar amb dos o tres companys més, perquè no es posaven d’acord. I ens n’anem, literalment, a veure el representant del govern català, al Palau de la Generalitat, amb el comitè d’empresa. I el comitè d’empresa callat, i nosaltres intentant explicar-li al conseller: “Escolti, us esteu carregant la joia de corona de l’autonomia: n’hi ha una que és l’ensenyament públic i l’altra són els mitjans públics”. Han estat dues eines fonamentals de preservació de la llengua i de recuperació de la cultura i la identitat nacional del país. Que vosaltres us ho voleu carregar i regalar-ho a una empresa privada? Nosaltres tenim l’obligació de dir-vos-ho. Si feu aquesta retallada salvatge, ho esteu posant en perill. Que es poden fer millores i blablabla? El comitè d’empresa no us ho dirà, però nosaltres, com a treballadors independents que no estem afiliats a cap sindicat, i que no tenim cap necessitat de venir aquí, us ho diem. I el conseller ens va dir: “O us poseu les piles o farem com amb els valencians. Heu vist el que ha passat a València, oi? Doncs ja sabeu què hi ha”. Sense cap mena de pudor ni res, el xantatge de dir: o us porteu bé, acateu i feu el que us diem, o us amenacem amb *xapar*...

Creu que s’haurien atrevit a tancar?

Bueno, bueno, bueno. Podrien haver donat la publicitat a una altra empresa que els anés més a favor, que la gestionessin ells... que la redacció la portessin ells... i deixem el continent, però el contingut que el faci un privat. Seria una cosa gradual, i arribaria un moment que el continent seria buit. Davant d'això, vam organitzar una festa al moll de la fusta, defensant la tele, explicant als treballadors què val la tele pública... tu creus que nosaltres, els treballadors, hem de fer campanyes de sensibilització a la ciutadania dient-los que la televisió pública val 37 cèntims al dia per espectador? Que costem com un cafè? Això ho hem fet nosaltres. I si busques, veuràs que s'han fet campanyes dels treballadors en defensa de la televisió pública. Va ser com una moguda interna per dir: "Ei, que ens tancaran i nosaltres haurem callat i no haurem dit res. Hem de defensar per què creiem que aquests mitjans valen la pena". I aquella mobilització va permetre guanyar una mica de temps i contenir els danys, que contenir els danys volia dir fer un ERO als majors de 61 anys que tela marinera, que se'n van anar amb unes condicions que *bueno...* va haver-hi reducció de plantilla, però tot ho vam fer des de dins. Potser per això ja vam arribar molt esgotats a la crisi més política i de qüestionament. I això va fer, segurament, que diguéssim: "Hòstia, hem salvat una pilota de partit, no podem jugar en foc i començar a dir des de dins que no només cobrem molt i que som uns privilegiats, que és el discurs que ja s'havia instal·lat i amb el qual alguns grups mediàtics ens anaven bombardejant, perquè tenien interessos mediàtics al darrere; sinó que a sobre de ser cars, que era la brama, som dolents. No alimentarem nosaltres la bèstia. Jo t'explico el context que pot ajudar a entendre per què el Consell Professional no ha estat sempre tan bel·ligerant respecte el procés com pot haver estat el Col·legi. I això també m'ha costat més d'una bronca.

Ha de ser difícil trobar l'equilibri.

A mi no m'arriben gaires coses. Perquè a mi em diuen: "Mira, escolta, hauríem de fer...", i et ve un *mindundi* a dir-t'ho. I quan dius que no, et venen un altre cop al cap d'una estona: "No posaries un tall d'aquest?". I jo: "Vols dir?". I ell: "Sí, estaria molt bé... i és que si no, potser venen a vendre-te'l més tard". I jo penso: "M'ho pots dir clarament, si us plau?".

Com veu el futur del periodisme com a professió?

Més necessari que mai. Malgrat els problemes econòmics, la precarietat, els problemes polítics, el qüestionament de Trump, Bolsonaro... ja el 2002 Le Pen posa en qüestió el

sistema mediàtic, quan en realitat els mitjans li van fer la campanya a Le Pen. Sembla que ara estem descobrint el món, però la premsa s'ha equivocat en el passat moltes vegades. La premsa ha muntat campanyes, voluntàriament o involuntària, per audiència. Hosti, sembla molt divertit: convides a en Le Pen i pugues audiència. Bé, doncs estàs alimentant la bèstia. Convides el Trump, parles del Trump i alimentes la bèstia. Amb tot això ens hem equivocat moltes vegades, amb les *fake news* i tot això. Però és més necessari que mai i és més apassionant que mai, i amb la transformació tecnològica que hi ha jo veig que té molt de sentit i molt de futur. Ara, el problema és, bé, jo penso que no és un problema sinó un desafiament, un repte, que tard o d'hora caurà pel seu propi pes, que la gent estigui disposada a pagar per una informació de qualitat. Que entenguin que s'ha de pagar. Que entenguin que mereix un esforç, i que si no paga, allò que obtindrà té uns dèficits de rigor i de tot. Potser soc un *flipat* que encara creu en miracles. Ara, també t'haig de dir que el que no és sensat ni realista és pretendre que el mercat laboral del periodisme a Catalunya absorbeixi la mà d'obra que suposadament surt de les facultats. Dic suposadament perquè segurament molts d'aquests nanos i nanes que surten, de vocació en tenen poca.

Tots segurament no, però n'hi ha molts que sí.

Dels cent que érem del meu grup, que estiguéssim disposats a treballar els caps de setmana i anar a aprendre de gratis érem pocs. Que aquest no és l'únic termòmetre per valorar la professió? Segurament no, però si tu vols tenir una feina amb horaris i tranquil·la, no et pots apuntar a periodisme.

Els joves van molt conscienciats de la situació precària, per tant, els que continuen endavant realment volen ser-ho.

I aquests tiraran endavant, perquè la necessitat de periodistes hi és. Potser soc molt naïf amb això.

Si s'aconseguís fer pagar per la informació, s'aconseguiria millorar les condicions laborals?

Segur. Segur, perquè al final, els mitjans hauran de pagar pels periodistes bons.

Que aportin un valor afegit?

És clar. Un periodista qualsevol no el voldràs: hi haurà tanta mà d'obra, o ja n'hi ha tanta, que ostres, si haig de contractar algú, contractaré algú que m'aporti alguna cosa més. Ara, cal que siguin periodistes que s'hagin de readaptar i que s'hagin d'acostumar a produir en noves "finestres". A la tele parlem molt de "finestres" diferents; per tant, hem de fer un producte per finestres "diferents", elaborat de manera diferent, cuit a foc lent o a foc ràpid...hem de ser més versàtils? Segur. Però bé, aquest *nanos* ja ho són.

Creu que als valors es valora suficientment la tasca dels joves?

Nosaltres ens adonem que a la nostra redacció la mitjana d'edat ha pujat molt, perquè no hi ha hagut incorporacions noves en els últims deu o quinze anys. Només ara, per circumstàncies productives, per baixes internes i tal, tenim la possibilitat de fer algunes contractacions determinades. Doncs bé, s'ha pogut contractar gent jove i s'ha notat tant... s'ha notat el dèficit que teníem i s'ha notat com enriqueixen el producte, com aporten noves mirades... estem parlant de la mirada de gènere, però la mirada generacional també hi és. Si tu ho fas de tot des d'una mirada, des d'un gènere i des d'una edat, estàs mort, com a mitjà. Si només fem informació pensant en un públic heterosexual, majors de 40 i blancs, estem morts. En el nostre cas, la redacció s'ha feminitzat molt, tot i que una altra cosa és que els càrrecs no sempre són dones. Però bé, tenim la cap de societat, la cap de cultura... és veritat que a les *hards* continuen essent homes, però tenim una sots-cap de política, una sots-cap d'economia, d'internacional...

Creu que la mitjana de dones dirigents és més elevada que en els mitjans privats?

Vull dir... saps? *Work in progress*. Ja has vist que una cap d'informatius és dona, hem tingut una cap de redacció dona, una directora de la tele dona.... A poc a poc. La plantilla sí que a sota és femenina. Per tant, la mirada femenina ja s'està aconseguit. Ara falta la mirada generacional i la mirada racialitzada. Que no surtin només blancs. A nosaltres, per exemple, ens passa: a Internacional, si no tens gent que els avis fossin de no sé on, la mirada a l'hora de fer informació és brutal. Per exemple, tornant al procés: com que la nostra redacció és tan mestissa com la societat catalana, allà hi ha gent que és de tots colors. Hi ha gent que és xarnega i hi ha gent que és de la ceba, per dir-ho en termes col·loquials. I això enriqueix molt. Però en canvi, en altres aspectes encara no hem assolit això. Altres televisions del món han fet exercicis, a vegades més d'aparador que una altra cosa, que és posar un presentador o presentadora negra a presentar el *prime time*.

És un primer pas.

Serveix per trencar barreres. Doncs això és un debat que ara comencem a tenir també. Va venir un noi de Banyoles, negre i de tres metres, a fotre'ns una xerrada l'altre dia...! Una reflexió. I sí, té raó. Perquè en el moment que tu comences a integrar com a natural posar una Miriam Hatibi a les taules de debat, perquè és dona, perquè porta el vel i és jove... a poc a poc. Són dèficits que tenim, que sabem, i com a mitjà públic ens encanta discutir sobre aquestes coses i flagel·lar-nos. Per això, quan hem pogut incorporar talent jove... parlem molt de talent, i el talent jove és brutal. Per tant, jo soc optimista, perquè jo tinc 43 anys ara, i presentaré l'informatiu durant un temps més, no sé quant... però quan a mi em facin fora, en posaran un altre, que haurà de ser més jove que jo... i als que es jubilin l'any que ve, algú els haurà de substituir. És que això són faves comptades. Ara, que el mercat no absorbeix la gent que surt de les facultats, és evident.

La gent que entra ara a la seva televisió, ho fa amb les mateixes condicions que la plantilla més veterana?

Un dels nois joves que hem pogut contractar ha entrat com a redactor. Nosaltres no tenim la figura de junior i sènior; per tant, ell cobra el sou de redactor base. No tindrà els triennis ni coses d'aquestes, però sí que tindrà el sou de redactor.

El que no tindrà, però, és accés a unes oposicions que li permetin certa estabilitat.

Bé, han fet exàmens i tot, per fer substitucions. Això tècnicament no són oposicions, és un concurs públic però no són oposicions. Perquè nosaltres treballem per a una empresa pública, però no som funcionaris. Això tècnicament és així. Però la gent que ara està en llista d'espera i a la qual contracten puntualment han fet també una sèrie d'exàmens eliminatoris. Jo, per explicar-te el meu cas, vaig començar un setembre o així i vam estar tot l'any fent exàmens: primer un test d'actualitat, després un test d'anglès, un test de llengua, un test de redacció, un test d'edició... i cadascun d'aquests exàmens era eliminatori. I, si vam començar 800, vam acabar 50. I els que ho han fet ara, també. Han fet el seu procés eliminatori, ha quedat una llista que en aquest cas no sé quanta gent són, i els van cridant.

D. Currículums dels experts entrevistats

D.1 Salvador Alsius

Data de realització	22 de novembre de 2017
Modalitat	Presencial (seu del Consell de l'Audiovisual de Catalunya)
Càrrec	Doctor en Periodisme per la UPF Exdegà del Col·legi de Periodistes (1997-2001) Vicepresident del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2014-actualitat) Exdegà de la facultat de Periodisme de la UPF (2005-2008)
Currículum	En l'àmbit professional ha estat director i presentador d'informatius i programes a TVE i TV3. També ha treballat al Diari de Barcelona, el setmanari El Món, l'emissora radiofònica Catalunya Ràdio i ha fet nombroses col·laboracions amb mitjans escrits. Entre altres reconeixements compta amb el premi Ciutat de Barcelona de Televisió i el premi a la investigació de la Comunicació de la Generalitat. En l'àmbit acadèmic, ha estat professor de la UAB (1976-1983) i de la UPF (1992-2016). Les seves principals línies de recerca han estat l'ètica periodística i la convergència de redaccions. En aquest àmbit, ha liderat diversos projectes tant locals com internacionals. Ha estat degà del Col·legi de Periodistes, membre del Consell de la Informació i vicepresident del Consell de l'Audiovisual.
Publicacions destacades	Alsius, S. (1998). <i>Ètica i Periodisme</i> . Barcelona: Pòrtic. Alsius, S. (1999). <i>Codis ètics del periodisme televisiu</i> . Barcelona: Pòrtic. Alsius, S. (ed). (2010). <i>The ethical values of journalists: field research among media professionals in Catalonia</i> . Barcelona: Generalitat de Catalunya. Alsius, S., i Salgado, F. (eds). (2010). <i>La ètica informativa vista por los ciudadanos</i> . Barcelona: Editorial UOC.

D.2 Carlos Maciá-Barber

Data de realització	10 d'abril de 2018
Modalitat	Telefònica
Càrrec	Doctor en Periodisme per la Universidad San Pablo-CEU
Currículum	Professor de la Universidad Carlos III de Madrid. Les seves línies d'investigació se centren en l'anàlisi dels gèneres periodístics informatius i interpretatius, la deontologia periodística i el fenomen de l'anomenat "periodisme ciutadà". Ha estat investigador principal del projecte "Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía en Madrid (2006-2010), finançat pel ministeri de Ciència i Innovació. Ha estat professor de cursos de postgrau a la Uned i docent Erasmus a la Universidade da Beira Interior (Portugal).
Publicacions destacades	<p>Herrera Damas, S., i Maciá Barber, C. (2009). <i>¿Cómo hemos llegado a esto? La percepción de los periodistas madrileños respecto a los problemas que más aquejan la profesión</i>. I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna (Tenerife). Resum recuperat de: http://hdl.handle.net/10016/12405</p> <p>Maciá Barber, C. (2010). El quehacer periodístico ante la presunción de inocencia. A: Alsius, S., i Salgado, F. (eds), <i>La ética informativa vista por los ciudadanos</i> (p. 107-124). Barcelona: Editorial UOC.</p> <p>Maciá Barber, C. i Herrera Damas, S. (2010). La deontología periodística: praxis, disfunciones y retos desde la perspectiva de los profesionales de la comunicación en la Comunidad de Madrid (2006-2009). <i>Comunicación y sociedad</i>, 23 (1), 77-104. Doi 10.15581/003.23.1.77-104</p> <p>García Avilés, J.A., Fuente Cobo, C., Maciá Barber, C. (2014). Journalists' perceptions about regulation and conflicts in their work: the case of Madrid-based news professionals. <i>Observatorio Journal</i>, 8 (2), p. 123-142. Recuperat de 2017 de: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542014000200007</p>

D.3 Luis Palacio

Data de realització	12 d'abril de 2018
Modalitat	Telefònica
Càrrec	Periodista. Director de l'Informe Anual de la Profesión Periodística (APM)
Currículum	Periodista. Investigador especialitzat en la indústria dels mitjans, especialment en l'àmbit econòmic i la transició digital. És autor de diferents projectes sobre l'estat del sistema mediàtic a Espanya i editor de DigiMedios, un portal web que recull tendències, iniciatives i negocis relacionats amb mitjans de comunicació europeus i espanyols. Des de 2012 és el director de l'Informe Anual de la Profesión Periodística, editat per l'Asociación de la Prensa de Madrid (APM).
Publicacions destacades	<p>Palacio, L. (2010). Grupos de comunicación en España, preparados para el futuro?. A: B. Díaz Nosty, <i>Diez años que cambiaron los medios: 2007-2017</i> (p. 295-319). Madrid: Fundación Telefónica.</p> <p>Herranz de la Casa, JM; Manfredi, JL., de la Sierra, S; i Palacio, L. (2015). <i>Media Pluralism Monitor Spain 2015</i>. Inclòs dins l'informe Monitoring Media Pluralism in Europe de l'European University Institute. Recuperat de: https://www.researchgate.net/publication/305956551_Media_Pluralism_Monitor_Spain_2015</p> <p>Palacio, L (ed). (2018). <i>Informe Anual de la Profesión Periodística</i>. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. Recuperat: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018_baja.pdf</p>

D.4 Eva Jiménez

Data de realització	21 de juny de 2018
Modalitat	Telefònica
Càrrec	Doctora en Comunicació per la Universitat Ramon Llull
Currículum	<p>Les seves línies de recerca estan vinculades a l'ètica i deontologia de la Comunicació i el Periodisme, l'ensenyament de l'ètica periodística, l'alfabetització mediàtica i el periodisme educatiu. És professora a la Universitat Ramon Llull, la Universitat de Navarra, la Universitat Internacional de Catalunya, la Universitat Autònoma de Barcelona i la Universitat Internacional de la Rioja. En la vessant professional, és membre de la junta del Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC) i editora de continguts a Educaweb, a més d'haver col·laborat amb mitjans com La Vanguardia, ABC, El Llobregat, Diario de Navarra, La Estafeta de Navarra, La Tribuna de Cuenca o Global-Castilla la Mancha.</p>
Publicacions destacades	<p>Jiménez, E. (2005). <i>Estudio sobre la propiedad de las principales revistas españolas de televisión</i>. Treball inèdit, Asociación Plaza del Castillo de Usuarios de Medios de Comunicación. Pamplona, Espanya.</p> <p>Jimenez, E. (2010). <i>Autorregulación versus regulación. El discurso periodístico sobre la Proposición de Ley de Estatuto del periodista profesional (2004-2008)</i> (treball final de màster no publicat). Universitat Ramon Llull, Barcelona.</p> <p>Jiménez, E. (2016). <i>La enseñanza universitaria de la Ética y Deontología periodísticas y los desafíos Morales de los informadores. Encuentros y desencuentros entre la academia y la profesión en la transición al Espacio Europeo de Educación Superior</i> (Tesi Doctoral, Universitat Ramon Llull, Catalunya). Recuperat de: https://www.tdx.cat/handle/10803/352227#page=1</p>

D5. Roger Jiménez

Data de realització	18 de setembre de 2018
Modalitat	Presencial (seu del Consell de la Informació)
Càrrec	President del Consell de la Informació de Catalunya
Currículum	Llicenciat en Periodisme per la Universitat de Navarra. Ha estat redactor i redactor en cap de l'agència Europa Press i director de l'agència Efe a Catalunya, a banda de tenir una extensa trajectòria professional a La Vanguardia, on va ser corresponçal a Londres i Roma, sotsdirector i director adjunt i el primer Defensor del Lector. Va presidir l'Associació de la Premsa de Barcelona (1981-1993) i ha impartit classes de Periodisme a la UAB i a la Universitat Internacional de Catalunya. El 2016 va rebre el premi Càtedra Manu Leguineche de la Universidad de Alcalá i la FAPE per la seva trajectòria professional.
Publicacions destacades	<p>Jiménez, R. (1995). <i>Les desventures de Port Aventura</i>. Barcelona: Empúries.</p> <p>Jiménez, R. (2005). <i>Imperio Berlusconi: cómo secuestrar a un país</i>. Madrid: Ediciones Nowtilus.</p> <p>Jiménez, R. (2006). <i>Cien casos. La ética periodística en tiempos de precariedad</i>. Barcelona: Universitat de Barcelona.</p>

D. 6 Neus Bonet

Data de realització	3 d'octubre de 2018
Modalitat	Presencial (seu del Col·legi de Periodistes)
Càrrec	Exdegana del Col·legi de Periodistes (2014-2019)
Currículum	<p>Periodista. Com a màxima representant del Col·legi de Periodistes va impulsar diverses mesures per lluitar contra la precarietat laboral, com la creació del Grup de Treball contra la Precarietat o la jornada monogràfica sobre precarietat laboral celebrada el 10 de novembre de 2017. Ha desenvolupat la major part de la seva trajectòria professional a l'emissora pública Catalunya Ràdio, on actualment edita i presenta l'informatiu de cap de setmana Catalunya Migdia. Anteriorment també ha estat editora de programes i ha presentat diversos programes, inclosos referents de la graella com El Matí de Catalunya Ràdio, Catalunya Matí o l'Informatiu del Migdia. A més, va participar en la posada en marxa de l'emissora informativa 24 hores Catalunya Informació i va prendre part activament en la creació del canal cultural ICatfm. Ha rebut diversos guardons per la seva trajectòria professional, com el Premi d'Igualtat de l'Institut Català de les Dones o el premi al Millor Professional de Ràdio Associació de Catalunya.</p>

F. Transcripció de les entrevistes als experts

F.1 Transcripció de l'entrevista amb Salvador Alsius

Fins a quin punt considera que la precarietat laboral ha de ser un factor a tenir en compte en els estudis sobre ètica periodística?

Segur que és una variable que influeix en les conductes, en general, del periodista, del sabater o de qualsevol professional, i per també en les conductes que puguin ser catalogades dins del camp de l'ètica o de les bones o males pràctiques. Segur que hi ha alguna influència. No sé si anirà sortint al llarg de l'entrevista, però la meua base de coneixement d'això és una recerca que vam fer, que suposo que deus tenir, *The Ethical Values of Journalists*. Per tant, aquesta és la meua base empírica de coneixement d'aquest tema, perquè no en tinc cap altra. L'altra base és el que vaig poder viure a les redaccions, però jo fa tant de temps que no estic en una redacció que ara mateix no puc parlar amb propietat d'aquesta relació entre un factor i l'altre.

Creu que s'ha tingut prou en compte, aquest factor, en les investigacions que s'han dut a terme fins ara, o creu que és un fenomen més recent?

De recerca sobre ètica n'hi ha hagut molt poca, aquí Catalunya. Gairebé et diria que només les que he fet jo. Nosaltres sí que vam tenir molt clar que, entre les variables independents, aquesta n'havia de ser una. I li vam donar importància en dos sentits. Un, perquè la vam incloure entre les que ens semblaven, hipotèticament, més significatives. En alguns casos, jo li deia a l'equip que considerava més significatiu això que, per exemple, la variable de sexe. Quan dius: "Anem a establir variables independents", la primera cosa que surt és sempre home o dona. I llavors penses: això es fa per esma. Perquè partim de la hipòtesi que trobarem diferències significatives entre els homes i les dones si volem analitzar, no sé, el gust en el menjar? Però no falla, el sexe o gènere sempre hi és. Però aquesta altra variable, en canvi, des del punt de vista de les hipòtesis de treball ens semblava fonamental. Per això que dèiem: intueixes que hi ha una relació. Després, un cop treta tota la teca de les enquestes, vam tornar a fer hipòtesis en el sentit de dir: quines volem creuar? I vam advertir als que feien l'anàlisi de dades que qualsevol cosa que els sortís numèricament significativa ens la diguessin, però per no anar-ho a buscar

tot, vam fer una llista de creuaments que ens semblava que podien ser més interessants. I aquesta era de la que ens tornava a sortir: per exemple, per veure la relació entre precarietat i la resta de coses que preguntàvem. Però ara, més enllà d'això, no en sé més, de recerques, i no et sé dir si ha sigut molt o poc tinguda en compte. Però vaja, jo diria que en el bagatge, en el coneixement col·lectiu que la professió periodística té sobre aquests temes, son dues coses que es vinculen molt sovint. Per això, no em sembla sorprenent que hi hagi algú que faci una recerca per analitzar fins on arriba aquesta vinculació.

Amb aquell estudi, vostès ja van detectar que la precarietat era la principal preocupació dels periodistes a Catalunya.

Sí. Una de les primeres preguntes que es feia, que encara no era directament sobre actituds ètiques, sinó per fer una radiografia de la professió, consistia en el fet que els participants havien de fer la valoració d'una sèrie de problemes. Entre ells hi havia el tema de la precarietat, i efectivament sortia molt alt. I aleshores això eren les dades que es creuaven: la gent que ha considerat com a principal problema "això", pensa "allò" o "allò altre". I allà es reflectia, i evidentment estem parlant d'una cosa que ja deu tenir deu anys. En aquell moment ja ho teníem molt clar, i això ha continuat estant en el punt de mira, en el conscient i subconscient de la població en general.

Vostè creu que la crisi econòmica de 2008 i els anys següents, i la precarietat laboral que des de llavors s'ha instal·lat en la professió, s'ha reflectit en el tipus de periodisme que es fa? Tenir en compte que hi ha molts altres factors i que per tant és molt difícil aïllar només aquest.

Exacte. El difícil és aïllar-lo i que no hi hagi una variable que n'emascari una altra. Si no recordo malament, nosaltres, l'edat la vam resoldre en tres franges. I en general, pel que fa a totes les preguntes que es feien sobre qüestions ètiques, la franja d'edat més jove apareixia com més laxa, menys preocupada per si allò era correcte o no era correcte. Això era una constant que realment destrempava força, perquè et feia preguntar: cap a on anem? Però era difícil saber si això succeïa en tant que joves o en tant que precaris. I això no es podia destriar, després, en els resultats. Com a pura especulació, jo crec que, a l'hora d'analitzar actituds, que és el que nosaltres analitzàvem, devia pesar més el fet de la joventut, el tipus de formació o el clima general, més que no pas la precarietat com a variable causant. En canvi, jo crec que la precarietat influeix no en l'actitud sinó en les

conductes concretes. Per dir-ho de pressa: és que si no crec, em faran fora. Per tant, la precarietat porta a la docilitat, a conformar-te amb tot, etc.

Considera que la precarietat s'ha accentuat en els darrers anys, o creu que el periodisme ha estat sempre una professió precària?

Estic completament d'acord amb què la precarietat s'ha fet endèmica, però quan jo vaig començar a fer de becari, hi havia moltes coses que eren com ara. Però moltes més de les que es puguin pensar. Em poso ja abans, a l'Escola de Periodisme. Jo vaig estudiar Periodisme abans que existissin les facultats, a l'Escola de Periodisme de l'Església a Barcelona. Érem uns 25 alumnes per curs. Per tant, dius: que poca competència. Sí, però la perspectiva que teníem llavors nosaltres era només treballar a la premsa escrita: ni ens passava pel cap treballar a la ràdio i la tele, perquè allà s'hi arribava per camins diferents que no eren els estudis de periodisme. Per tant, aspiràvem a treballar en alguna agència informativa (Efe, Europa Press...), o en un dels vuit diaris que hi havia en aquell moment a Barcelona. Perquè als que estudiàvem a Barcelona, o almenys a mi, ni ens passava pel cap que a Girona es fessin diaris. En aquells moments hi havia vuit diaris a Barcelona, i unes trenta persones de mitjana a cada diari, i a La Vanguardia, 60. Això dona 300 persones. Els coneixíem a tots, perquè hi havia molta interrelació a través dels professors, etc, i no n'hi havia cap que aparentment s'anés a morir l'endemà. Per tant, la nostra perspectiva en aquell moment, era dir: "No treballaré mai en això". La sensació subjectiva que teníem era perfectament comparable a un estudiant que estigui a mitja carrera a Bellaterra o la Pompeu. Què va passar, llavors? Que vam enganxar la transició política – dos anys endavant i dos enrere-, durant els anys 70. I de sobte, tot canvia. No només trobem feina amb relativa facilitat, sinó que, al cap de dos anys, el més *tonto* feia rellotges. El que no era redactor o cap de secció, és que era burro. Va haver-hi una rapidíssima i mal païda ascensió professional per part de gent molt jove. I insisteixo en el tema de mal païda, perquè vam ocupar llocs que no ens corresponien per l'edat, experiència, etc. Però això no treu que jo vaig entrar de becari –ara se'n diria becaris, llavors dèiem estudiant en pràctiques- al Diari de Barcelona l'1 de juliol de 1971, i la meva situació no es va normalitzar, com a redactor amb una nòmina, fins a l'any 74. Jo vaig estar prop de tres anys cobrant una misèria, treballant com un fill de puta, però això sí, lluint la feina, perquè de seguida em van posar a fer reportatges d'una certa firma, i això a mi ja m'omplia molt i era una manera de fer currículum, que se'm conegués... El dia que vaig anar a un sopar de periodistes i el Vázquez Montalban, amb qui no havia parlat mai, em va venir a trobar

i em va dir: “Tu ets l’Alsius, oi?”, jo vaig pensar: “De què em coneix? De llegir-me, ostres!”. I aquella nit vaig anar a casa més que inflat. En canvi en aquella època, el sou, no és que em queixi, perquè no sé quin seria l’equivalent en euros ara, però no em donava per viure, no. Sort que tenia un ajut del Col·legi de Farmacèutics com a orfe de farmacèutic, i ho anava trampejant. Però van ser tres anys de fer mèrit, acabar els estudis universitaris... no va ser res fàcil. I la precarietat aquesta, no ja del sou tan baix sinó també pel fet de no estar tan consolidat al diari, també portava les seves servituds.

Quines?

Et posaré un exemple. En aquell moment, el director del Diari de Barcelona era el Josep Tarín Iglesias, que havia sigut secretari particular del José María de Porcioles, alcalde de Barcelona durant tota l’època dels 60, de l’especulació urbanística i de tot el que es pugui imaginar de corrupcions, de corrupteles, de *tejemaneyes* i tal, evidentment en ple franquisme encara. Per tant, hi havia una relació molt directa de servitud respecte al poder municipal. Un redactor de la secció local, al matí era el cap de premsa de l’Ajuntament, i per tant, quan a la tarda arribava al diari, es trobava sobre la taula la nota de premsa que ell mateix havia enviat al matí. Amb això està tot explicat. Doncs a mi, el Tarín, que em tenia com un jove valor a tenir en compte, em va dir: “Escolta, t’enviaré a fer una entrevista de compromís al senyor Sebastià Auger, que és delegat d’Hisenda de l’Ajuntament”. Em presento a l’Ajuntament, al seu despatx, em fa passar, es posa a fumar, em convida a un cafè, i em diu: “Molt bé. Per començar em podries preguntar tal i tal cosa”. I jo, com que vaig veure que no hi havia res a fer, vaig dir: “Molt bé, doncs respongui”. I ell: “No no, preguntar-m’ho”. Em va fer passar per la humiliació de dir-me les preguntes i fer-me-les verbalitzar. I jo anar apuntant. Vaig pensar: “Què hi farem. T’hi posis com t’hi posis, avui has de transcriure el que diu aquest senyor”. En canvi, l’endemà podia anar a una associació de veïns, en *plan* combatiu... per tant, pensava: “Avui m’ha tocat fer això, doncs què hi farem”. Però jo era conscient d’en quin marc treballava. Tanmateix, en aquell cas vaig trobar una venjança, que si més no a mi em va causar molta satisfacció. Vaig arribar al diari i, com que firmàvem dues o tres peces cada dia, algunes les firmàvem amb el nom i altres amb les inicials. I vaig firmar amb les meves inicials, S.A., que eren les seves pròpies inicials també (Sebastià Auger). I em vaig quedar ben descansat. Tot plegat és una manera d’explicar això: que la precarietat llavors també existia, que la submissió també existia, i en molts conceptes era igual que ara, però en d’altres pitjor, perquè era en un context polític pitjor, més bèstia, més ofegador. Ara bé,

suposo que passen coses semblants, sobretot al becari, o al que cobra a tant la peça amb unes quantitats ínfimes... és una cosa que esgarrifa. És el que tu dius: es tracta d'una situació endèmica, permanent, sistèmica, i segur que la gent en aquesta posició fan el que poden, el que els manen, sense cap mena de dubte i no es pot demanar a la gent que siguin herois. No pots demanar-li a la gent que foti un moc al *jefe*, perquè l'endemà hi haurà algú disposat a fer el mateix però més barat. Fa molts anys, quan jo llegia El País cada dia, se'm va quedar un acudit del Forges sensacional, de l'1 de maig, que era la manifestació i una pancarta que deia: "*Viva los contratos basura, abajo los contratos detritus*". Era una manera molt gràfica d'explicar com, a poc a poc, es va anar assumint una renúncia de drets laborals, si en algun moment semblava que s'havien fet certes conquestes. En aquest cas, però, no feia només referència al periodisme, sinó en general.

Un dels efectes de la precarietat és que les redaccions estan cada cop més atomitzades, hi ha més gent que treballa com a autònom, els consells de redacció estan més afeblits i hi ha poca força col·lectiva. Es pot corregir, aquesta tendència?

És una qüestió clau, i crec que ha arribat per quedar-se. És molt difícil canviar aquesta tendència. Ahir en parlava el Ramon Besa en una taula rodona. Ho va dir en algun moment i a mi no em va sorprendre, perquè estic tip de dir-ho i en algun lloc ho tinc escrit. Que hi hagi assignatures d'ètica a les facultats és una cosa relativament recent, durant molts anys no n'hi va haver. A l'època en què jo estudiava tampoc n'hi havia. No sé per què, i en els primers anys de les facultats, tampoc. Jo tinc una petita teoria, i és que durant molts anys la universitat estava molt impregnada dels corrents marxistes per part de professors, i el marxisme sempre havia considerat l'ètica una moralina sense gaire predicament, més aviat una cosa que venia de l'Església. Bé, el fet és que abans l'ètica no estava a les facultats i ara sí que s'ha incorporat com a assignatura. Tanco parèntesi. Jo molts cops que ho he dit: la principal escola d'ètica, a manca de ser una disciplina reglada, eren les redaccions. Jo, on vaig aprendre ètica periodística, va ser quan el dia 1 de juliol de 1971 vaig arribar al Diari de Barcelona i em vaig trobar allà el Josep Pernau, el Josep Maria Cadena, el Josep Paulí, el Pere-Oriol Costa... gent que tenia un criteri professional i que sabia quines maneres d'operar a la professió eren acceptables i quines no. Llavors hi havia molt poques regles, els codis eren molt simples. Explico sempre que en el meu primer carnet del Col·legi de Periodistes, on vaig entrar l'any 1974, perquè no ens admetien si no estàvem en plantilla –per tant, de seguida que vaig entrar en plantilla al diari de seguida vaig demanar entrar-, hi havia una mena de codi deontològic, tot i que l'oficial que no

arribaria fins al 1992: era com una llibreta de pell, amb les lletres daurades, i a l'últim plec de pàgines posava, en castellà: “*Se recuerda al portador de este carnet que el ejercicio del periodismo es estrictamente incompatible con el de la publicidad*”. Article únic. Allò és la mare dels ous del codi deontològic.

I es complia?

Per tant, tu arribaves a la redacció i veies què s'havia de fer, et donaven el carnet i posava això... per tant, anaves imbuint-te a poc a poc d'una sèrie de valors que després queden. En canvi, en redaccions atomitzades, amb llocs de treball unipersonals, en què en el millor dels casos els digitals compten amb dues o tres persones, totes joves, és més complicat fet aquesta transmissió de valors. És així i és difícil que es reverteixi aquesta situació, perquè aquestes redaccions grans de 80 persones crec que estan acabant-se. Potser hi haurà les grans corporacions, si duren –TV3, potser sí que hi serà d'aquí a uns anys-, perquè per altra banda és fals que siguin redaccions anquilosades. Quan jo estava amb estudiants de grau i els portava a fer una visita a la tele, a la ràdio... sempre els deia: “Quan passeu per la redacció fixeu-vos en tot el que pugueu, durant els dos minuts que tingueu; però entre altres coses fixeu-vos en l'edat de la gent”. I és que sempre que vas a una redacció trobes gent jove. Per tant, jo els deia: “Aquí heu vist a molta gent que fa cinc anys estava com vosaltres, pensant que no treballaria mai de periodista. Però han vingut a parar aquí”. Però la meua pregunta és: i la gent de més de 40, o 45 anys, on va parar? Hi ha un forat negre: sí que alguns van als gabinets de comunicació, però és clar, només fins a cert punt. I penses: “Què se n'ha fet, de tota aquesta gent?”. Hi ha com un “forat negre” que xucla la gent a partir de certa edat, i a les redaccions sempre hi ha gent jove. Això és bo, perquè els estudiants de periodisme poden pensar que potser tindran una oportunitat si hi ha aquesta renovació, i és dolent, perquè si hi ha una aportació de gent jove però, si no queda gent amb cabells blancs a les redaccions, no es podrà fer aquesta transmissió de saviesa, si és que té sentit a aquestes altures de la vida parlar d'això. Perquè igual no en té, potser és un valor tan absolutament inexistent que potser ja no val ni la pena reivindicar-lo, la gent que es jubili i la saviesa ja ens la fabricarem, però jo sí que havia rebut això. No sé si es pot transmetre o no, ara, amb les condicions laborals actuals, però jo sí que havia rebut la saviesa de la generació anterior i per tant la reconec. I jo et parlo del Diari de Barcelona, però l'altre dia vaig anar al centenari del naixement de l'Ibáñez Escofet, que juntament amb el Pernau són dos que molta gent els reconeix com a mestres, d'aquest cas al Tele-Xpress, i molts companys de la meua edat vam estar

recordant el Josep Maria Soria, el Roger Jiménez, el Pepe Encinas, etc. Entre bronca i bronca aprenies molt, i jo soc periodista gràcies al que em va ensenyar.

Creu que aquesta socialització és més efectiva que un codi deontològic?

Jo molts cops he justificat un codi deontològic com a succedani, substitutiu d'això. Donat que ara la professió està tan dispersa, convé que hi hagi un envàs, diguem-ne, que reculli mal que bé aquesta manera de fer, aquests criteris, aquests principis, etc. I de moment no s'ha inventat cap fórmula millor que "envasar-ho" en uns principis, i anar-los recordant. És l'argument que tu em deies, però capgirat.

El problema dels codis deontològics és que solen obligar al periodista però no a les empreses?

El codi com a tal, no, però el concepte d'autoregulació sí que les hauria d'interpel·lar. Si en algun moment a Gran Bretanya es crea el Press Council, és perquè són les empreses que el creen. Hi ha el famós episodi de la Thatcher, en un moment en què no sé quines barbaritats van sortir a la premsa sensacionalista, que va dir: "Si no s'autoregulen vostès, els regularem nosaltres". I van ser les empreses les que van generar el Press Council, no la professió, com va passar aquí, tot i que aquí vam intentar que al Consell de la Informació hi hagués seients per les empreses. Jo ho vaig viure de molt a la vora, perquè vaig participar en la seva creació, i aquí es va voler crear un *press council* amb tres potes: la societat, els professionals i les empreses. Hi ha molt pocs consells al món que funcionin realment amb les tres potes, en realitat solen ser dues. I amb dues, la cosa és inestable. Aquí estem amb la "pota" professional; la "pota" de representants, mal que bé, de la societat; però pel que fa a la "pota" de les empreses, van deixar d'asseure's al consell i se'n van anar desentenent. Només van assumir pagar, tot i que cada cop els costa més. Per tant, el concepte d'autoregulació sí que hauria d'atraure, també, a les empreses. Llavors, què passa? Per què cada vegada les atrau menys? Doncs perquè antigament hi havia un model d'empresa en què el propietari creia que vendre informació era una cosa rendible. I aquesta informació, perquè el negoci funcionés, havia de ser qualitat, com ho han de ser els mitjons o els telèfons mòbils que vulguis vendre. I per tant, sobre un cert model d'empresa, descansava la idea de dir: no es poden desatendre els "amics", i el Conde de Godó havia d'atendre el que deien els amics, o els dels bancs, però també hi havia molt, dins de la mentalitat de l'empresari, de dir: "Anem a vendre un model d'informació". I això funcionava. Però arriba un moment que això deixa de ser rendible,

o bé pressions exteriors ho converteixen en no rendible, i l'empresari decideix que d'on traurà el rendiment no és de la qualitat del producte sinó d'altres subproductes que traurà de la tasca pretesament informativa. Llavors s'ensorra tot. Si l'empresari no és el primer que vetlla per la qualitat del producte, deixa de pensar que els periodistes són els artífexs d'aquesta qualitat, i els té com peons al servei dels altres interessos. Això és el que passa a El País. Més clar que allà no es pot veure enlloc. Ara és una evidència brutal. Però fa vint anys, El País, que era un diari que tots teníem com un referent, va començar a entrar, de la mà de Prisa, a la guerra del futbol, i va començar a publicar una sèrie de coses escombrant cap a casa i deixant a parir a no sé amb qui se les tenien en aquell moment... I tu deies: "Ostres, ells que tant presumeixen i van de *xuletetes*...". I un dia em vaig trobar un periodista d'El País i em va admetre: "Estem ben avergonyits". Això va durar temps, amb pàgines que eren "*la voz de su amo*" de la manera més evident. Jo li vaig preguntar: "Com ho porteu?" I ell: "Home, costa assumir això". Per primera vegada vaig veure un col·lega d'El País humiliat i parlant amb humilitat. Per tant, "*en todas partes cuecen habas*", i ara hem vist que a casa nostra també. Des de llavors fins ara... no sé si ara estan humiliats o no, no els hi veig gaire, d'humiliats, però amb la merda que cau... si parles a la intimitat amb ells, també ho admeten, tot i que els costa molt reconèixer-ho públicament. Però si grates una mica, s'ensorren. Estan en mans d'un banc i/o de la Sáenz de Santamaría, que a hores d'ara és el mateix.

Això també passa, a Catalunya?

Hi va haver una època en què el discurs que teníem aquí era, encara, de dir: "Això passa a Madrid, aquí no, aquí tenim un oasi periodístic on els periodistes treballen en una empresa o una altra en funció de la seva vàlua personal". I els d'El País intentaven fitxar el d'El Periódico perquè feia uns reportatges collonuts, no perquè els reportatges fossin així o aixà... jo havia viscut una època en què hi havia força mobilitat en aquest sentit. Jo mateix vaig fitxar el Xavier Vidal-Folch, que venia del Noticiero Universal, i el Joan Brunet, que després va estar molts anys a La Vanguardia. Hi havia fitxatges que eren cecs des del punt de vista ideològic, en funció de les vàlues personals. I dèiem: "No, no, allà a Madrid, els que treballen a l'ABC són d'una manera, etc". Però això, aquí, també s'ha acabat. Actualment, la premsa catalana no pot presumir davant de la Madrid de ser diferent, perquè aquest model d'empresari amb prou autonomia per dir "el meu negoci és vendre això i que això sigui bo", també s'ha acabat. I per tant, no hi ha cap diferència

significativa ara entre l'ambient en aquest sentit periodístic entre Barcelona i el de Madrid.

Vostè ha dit abans que els joves no estan molt preocupats per l'ètica.

Jo no he dit que els joves no estiguin preocupats per l'ètica. Dic que la seva actitud és més laxa. Segons el que surt als llibres, el seu lliandar sobre què és correcte i el que no, i el que està disposat a acceptar, ha canviat. Però la preocupació per l'ètica jo crec que sí que hi és, perquè és una de les coses que defineix la carrera. Jo crec que l'estudiant que no s'imbueix a la carrera d'uns certs principis bàsics és gairebé excepcional. N'hi pot haver algun, eh, que calli i digui: "Jo acabaré essent un fill de puta, perquè també n'aprendré", però crec que el predomina entre els estudiants de periodisme és la idea de dir la veritat. El periodisme, per davant de tot, ha de dir la veritat de les coses. Jo crec que això està encara bastant a l'ADN de la professió, inclosa la gent jove. Si no, ja no s'hi posen. S'escapen cap a altres modalitats, com la publicitat. En la publicitat es pot daurar la píndola, però al final es basa en la persuasió. Sí que tenen els seus codis i tal, però fins a cert punt poden dir "mentidetes", com "compra aquesta gerra i no una d'un altre tipus perquè aquesta és collonuda perquè no vessa l'aigua", i és veritat o no si vessa l'aigua, però si cola, cola. El missatge persuasiu està poc fonamentat amb la veritat contrastada. La desgràcia és que en el periodisme això ja està passant, també, i que això s'accepta sense més. És el tema de la dictadura dels clics, per exemple.

Els treballadors de gabinets de comunicació, es poden considerar periodistes?

Quan vam fer el llibre, sobre aquest tema, vaig tenir clar que només s'havia de fer una pregunta: què n'opina la gent? I va resultar que en aquell moment, el 60 i pico per cent (dos terços) creien que sí, que són periodistes, i un terç que no. Aquest és, almenys, el retrat de fa deu anys. Jo he tingut indecisions sobre aquest tema, perquè hi ha diverses evidències a favor del sí i del no. Quan he hagut de defensar el sí, com a degà del Col·legi, sempre he posat el mateix exemple: un arquitecte pot treballar fent cases o a l'Ajuntament inspeccionant les cases que fan els altres, i segueix essent un arquitecte, tot i que fa en una altra funció. Tinc argumentari a favor. Però també vaig dir que no hi ha dubte que, en el fons, aquests treballadors són venedors de motos. Això em va portar problemes quan m'ho van preguntar en la primera entrevista com a degà, i es va muntar un incendi... Ara, també és cert que, gràcies a haver publicat aquest estudi, se'ns van obrir les portes per entrar a formar part d'una recerca europea liderada per un grup alemany. I a les primeres

reunions, preparant la part empírica, definint variables independents, quan parlem de llocs de treball comencem a dir premsa, ràdio, televisió, agència, etc. i en algun moment, nosaltres vam dir: “Hi podem posar també els de gabinets”. “What???!”, ens va cridar la líder del projecte. D’aquell “what” me’n recordaré tota la vida, perquè a ells ni se’ls passa pel cap. A més, la cara de la investigadora principal, de la Suzanne Fengler, era un poema. Llavors li ho vam explicar, i fins i tot crec que en part ho va arribar a entendre. Aquesta és una. L’altra anècdota és en un congrés a València, on vaig anar a parar a una taula on hi havia el president de la comissió de deontologia del sindicat portuguès. Allà no hi ha col·legi, han tingut sempre un sindicat únic. Són unitaris, com el Col·legi de Periodistes, i tenen la comissió d’ètica del sindicat. Molt bé. Doncs parlant d’això, va dir: “A casa nostra, el periodista que està treballant en un mitjà i a qui fitxen per anar a un gabinet, en el camí per anar des de la ràdio on treballa fins al ministeri o on sigui que anirà a treballar, passa pel sindicat, diposita el seu carnet i allà li tenim guardat”. És una altra variant del “what”. I quan fa el camí contrari, torna a passar, recull el carnet i se’n va a treballar al mitjà que sigui. Aquí, en canvi, no és així. I a l’hora de fer el nou pla d’estudis del grau de Periodisme, no vaig tenir cap mena de dubte que havia de posar un parell d’assignatures de gabinets. I això que me’n recordava del “what”, però no podia fer una altra cosa.

Quin dels principis ètics fonamentals pot ser el més afectat per la precarietat i la situació actual?

Jo crec que el de veritat, que curiosament és l’essencial, el central. El tesaure ve de la meva tesi, i llavors vam adaptar algunes coses. Ara estem pensant si hem de repensar el tesaure, tot i que ja havíem dit que seria per sempre. Però han aparegut coses noves: per exemple, el dret a l’oblit no era en el tesaure, i ara és un tema fonamental. Internet ha portat uns quants conflictes nous. A la meva tesi sobre codis ètics televisius de tot el món no hi havia unes conclusions clares perquè hi havia moltes mini-conclusions de cada compartiment. Per exemple, sobre les càmeres ocultes, hi ha codis que diuen això, allò altre... per tant, era molt difícil d’arribar a unes conclusions finals. Però sí que n’hi havia dues de bàsiques. Una era que no hi havia diferències significatives entre continents, i l’altra era que sí que hi havia diferències significatives en funció de si la titularitat de les televisions era pública o privada. Als codis de les televisions privades hi havia molta més teca del principi de llibertat, i als codis de les públiques hi havia molta més tasca relacionada amb els principis de justícia o responsabilitat. El que era comú, i per tant el

principi més transversal, era el principi de veritat. Això a nosaltres ens sembla una conclusió bastant òbvia, però realment se'n pot despendre de l'anàlisi de tots els codis. El principi de veritat és el que està més present a l'ADN de la professió. El principi de justícia hi ha moltes maneres d'aplicar-lo: justícia igualitària, justícia compensatòria, amb la responsabilitat igual, de la llibertat hi ha diverses apreciacions sobre els seus límits... però en canvi, el de veritat és el més compartit però és el que està més trepitjat, amb el fenomen de la postveritat. Es pot entrar a discutir si la postveritat és un fenomen nou o no, però jo cada cop penso més que sí, si més no per la magnitud que ha agafat. Però a mi m'agrada recordar que la història bíblica de la humanitat comença amb una mentida, que és la serp enganyant a Eva. La mentida ve de molt lluny, i per tant hi ha raons per dir que no hi ha res de nou en la postveritat. Però sí que hi ha motius per pensar que ve de nou, com a mínim, en dos aspectes: l'extensió i el "morro". Sembla que a molta gent ja li sigui tot igual, que es difumini. Però fixa't que amb qui està passant més no és amb el periodista, sinó amb el ciutadà.

Però al ciutadà no se li pot exigir la mateixa responsabilitat que a un periodista.

No, és clar. Però de la mateixa que es queixen de la corrupció, després demanen la factura sense IVA: escolta, tu també, a la teva escala, al teu nivell, no ets aigua neta, i acceptes qualsevol petita trampa...! De la mateixa manera, jo n'estic fart, en els grups de Whatsapp en què participo, de dir: "Per favor, comproveu el que esteu enviant!". Hi ha gent que està criticant els periodistes per ser uns mentiders, etc, i després vinga a reproduir coses incertes, continguts de fa dos anys... és a dir, coses no comprovades. I jo dic: "Si us plau, si ho feu, llavors no critiqueu més els periodistes perquè ho fan a una altra escala. Sigueu conseqüents". De la mateixa manera, passa el mateix amb la identitat digital: hi ha gent que diu "quina vergonya, els anuncis que ens estan arribant..." Doncs bé, protegeix la teva identitat! Perquè són la mateixa gent que després participa en cadenes. Per què ho fas, si no vols que tinguin les teves dades? Però la gent no té aquesta responsabilitat al cap.

Internet és un peix que es mossega la cua: un model de negoci que no acaba d'arrencar, precarietat laboral, clic bait, notícies falses... Creu que hi ha alguna sortida, a aquest cercle viciós?

No. Tota la vida he estat optimista, però diguem que cada vegada em costa més ser optimista sobre el futur de la professió. Ahir, en una taula rodona, la primera pregunta

que va fer el Sergi Cutiñas als tres ponents va ser dir: “Té futur, el periodisme?”. El Ramon Besa va dir que sí, la Patrícia Plaja va dir que sí, i l’Enric Juliana va dir “sí” amb la boca petita. I va dir una cosa que la vaig trobar molt interessant. Suposo que el Juliana fa el que pot al seu diari, però és un periodista amb un bagatge important. Ell és de Badalona, i va explicar que quan era petit havia acompanyat el seu avi, que es dedicava a fer distribució de gel o algun tipus de producte amb carro i cavall. I que ell l’acompanyava. Anava amb el seu avi, amb la tartana... era una petita empresa de distribució. I deia: “Per tant, jo he viscut el transport animal, que és una cosa que té cinc milions d’anys: d’ençà que es va inventar la roda, va començar a existir el transport amb tir animal. I, jo, d’ençà que era petit que ho vaig veure, però he vist acabar una cosa que té cinc milions d’anys. Per tant, jo no m’atreveixo a dir que el periodisme, que té 200 anys tal com el coneixem ara, no s’acabarà”. I vaig pensar: “Tens tota la raó”. Hi ha gent que diu: no, el periodisme no s’acabarà mai... però jo penso: o sí. Vaig trobar fantàstica la imatge aquesta del transport animal. Copyright Enric Juliana. Llavors, sempre surt algú dient: “El periodisme es mantindrà igual, però no com el coneixem”. Val, gràcies, molt bé, però si al final no el coneix ni son pare ni sa mare, és que s’ha acabat. No em val aquesta sortida retòrica que serà diferent. Sobretot si ens referim al periodisme. Una altra cosa és si ens referim a la crònica de fets: sempre hi haurà gent que explicarà als altres el que ha passat. Per tant, potser sí que assistirem, tu i jo, sobretot tu, al certificat de defunció de la professió, i ja no se’n podrà dir periodisme. I hauran estat 200 anys d’història, des dels primers diaris que mereixessin aquest nom fins a un moment determinat en el qual potser serà una altra cosa: distribució de continguts, etc. Però ja serà tota una altra cosa. I jo això sí que ho he viscut: gent que, de forma seriosa, a l’hora de fer plans d’estudis ha propugnat la desaparició del periodisme com a tal, i que defensen que la comunicació audiovisual i la comunicació són la mateixa cosa que el periodisme. Però jo, amb això, encara he estat irreductible, de dir: “No passaran, el periodisme té una sèrie de principis i tècniques professionals radicalment diferenciades de la ficció, de la publicitat o d’altres àmbits; per tant, crec que Periodisme ha de ser una carrera específica”. Una altra cosa és que la veig a la meua manera, no com es veia abans, però amb una personalitat pròpia. Quan discutíem el pla d’estudis de la Pompeu Fabra fa deu anys ja discutíem i ja hi havia algun il·lustre que ja defensava l’eliminació de les fronteres entre el Periodisme, la Comunicació Audiovisual i la Publicitat. Però per a mi, encara no. Però ara pot passar que un dia caigui aquesta paret a nivell universitari, i que caigui a nivell de les empreses, i que caigui a tots els nivells i que sigui que aquell dia que diguem: “Què en queda, del

periodisme? Doncs ja està, s'ha acabat igual que el transport animal després de tants milions d'anys".

Els mitjans de comunicació públics sobreviuran a les empreses privades?

Sí, però jo crec que de manera molt residual, em temo. Això ja fa anys que ho dic. Ara ja fa temps que m'ho callo, perquè sembla que si prediques això estiguis anant contra corrent en el remolí que estem ara de defensa de TV3, atacada per uns altres motius de caràcter molt més ideològic, polític, etc. Per tant, jo ara a callar, però ja fa anys que ho predico, i ja quan estava a TV3, deia: "Per què hem de defensar a ultrança els mitjans públics? El que hem de defensar a ultrança és el concepte de servei públic, que és una altra cosa". I el concepte de servei públic hauria de ser exigible també als mitjans privats. En la mesura necessària, prudent, proporcionada, etcètera. Ara, aquí, copyright Jaume Barberà, que deia: "Una empresa concessionària de línies interurbanes d'autobús, accedeix a un plec de condicions que diu: li donem aquesta concessió si compleix totes aquestes línies". I si l'empresa diu: "No, és que a Perafita no hi vull anar perquè no és rendible", li respondran: "No no, disculpi, però és que això va amb el paquet. Vostè ha d'arribar fins allà com a servei públic, i si no, no li donem la concessió." Bé, doncs de la mateixa manera, per donar una concessió a Antena 3 o Tele5, se'ls hauria d'exigir la quota de servei públic. I això, en el nostre cas, vol dir llengua, vol dir informació de serveis, cultura, etc. Evidentment, la legislació espanyola no ha anat per aquí, al contrari, sinó que ha optat per liberalitzar el sector. Per tant, jo sempre dic: "Al final, si no posem èmfasi en el concepte de servei públic, ens quedarem sense bous ni esqueselles". Perquè els mitjans públics, per raons de mercat, decauran. I TV3 ha aguantat molt bé el difícil equilibri entre la dignitat de servei públic i la comercialitat, que és complicadíssim, però fixa't que en els últims anys havia anat cedint, cedint, cedint, perquè és clar, es perd el futbol, es perden les motos, es perd el bàsquet, no es poden fer grans sèries, no es poden comprar grans productes perquè se'ls emporten les grans corporacions... per tant, això serà inexorable. Ara hi ha aquest repunt que ve a conseqüència de la situació política, però diem que la tendència, des de fa anys, és d'anar baixant, baixant d'audiència, fins que va arribar a menys de dos dígits. Fa un any, hi va haver un moment que TV3 va fer un 9,8% de *share* anual, i deies: "Hosti, això està perdut". Per tant, això és inexorable. Per això, jo sempre he anat dient que el que s'ha de fer és que el legislador prengui consciència d'això i imposi el concepte de servei públic. Amb què alimentava jo aquest argumentari? Sempre deia: augmentem el camp de visió. Hi ha premsa pública? La premsa pública és pròpia de les dictadures. Si

pensem en premsa pública, pensem en l'antiga Unió Soviètica, Cuba... però no hi ha premsa pública. Què fa que, si es menciona la possibilitat d'una premsa pública, se'ns posin els cabells de punta i en canvi estiguem reivindicant uns mitjans públics audiovisuals? Jo tinc la resposta: la BBC. Als anys 20 del segle passat va néixer una cosa que es deia BBC, i la BBC va ser la base i fonament de tota una arquitectura del sector a Europa basada en l'existència de televisió pública: la RAI a Itàlia, la primera i la segona cadenes a França, la primera i segona cadenes a Espanya, fins i tot durant el franquisme... fins i tot als EUA existeix una televisió pública, tot i que la coneix algú? Existeix, però és residual. És una cadena que té un 1% d'audiència, que fa reportatges meravellosos, i el país, els EUA té molts defectes, però ningú diu que els seus mals vinguin del fet que allà no hi hagi una televisió pública. Allà subsisteixen amb un equilibri entre les diferents corporacions: la NBC, la CBS, l'ABC, la CNN, ara la Fox... la gent va i, mal que bé, amb tots els problemes que tenen, ningú troba a faltar una televisió pública potent. Està escrit en algun lloc que aquí hem de tenir una televisió pública per *omnia secula seculorum*? No. Per tant, jo ja fa anys que vaig dient: "Alerta, que al final ens quedarem sense bous i esquelles". Hem de posar més l'èmfasi en el concepte que en els mitjans. Però ara hi ha aquest repunt polític que està augmentant l'audiència, i per altra banda, sembla que qualsevol cosa que diguis sobre TV3 es pot malinterpretar... Per tant, no és el moment de fer aquest discurs, però és el que jo mantinc des de fa anys.

Veu alguna manera d'articular una defensa de l'ètica i en contra la precarietat en el futur, tenint en compte que la col·legiació no és obligatòria?

Anys enrere t'hauria contestat que el sindicat. És més, jo solia sempre dir, ja quan era degà, que soc un estrany ésser, perquè era degà del Col·legi de Periodistes sense creure-hi. Dit d'una altra manera: si jo fos marcià i arribés a aquest món i em fessin analitzar l'estatus de la professió periodística i em fessin dir com s'ha d'organitzar aquesta gent, jo diria: un sindicat. Que no són assalariats? Per què han de ser Col·legi professional? Si els metges i advocats ho fan, és per altres raons. Però els periodistes són uns simples treballadors, per tant, s'haurien d'organitzar en forma de sindicat i punt. Que de fet, és com estan organitzats els periodistes a tot el món, perquè això del Col·legi professional és una cosa estranya, pròpia d'uns quants països *bananeros*, amb tot el respecte del món, i de Catalunya. I ara resulta que se n'han contagiats a altres llocs d'Espanya, però érem els únics. Llavors, a la Federació Internacional de Periodistes no ens accepta perquè saben perfectament que és una situació atípica, la de Catalunya. Per tant, ens accepten

moralment però mai n'hem pogut formar part perquè no som un sindicat. I els de la FAPE van tenir la barra de disfressar-se de sindicat i els ho van acceptar, quan té molt més de sindicat el Col·legi que la FAPE. Això és una irregularitat. Però jo vaig estar a la gènesi del Col·legi, i sé a què respon: a una època de gran prestigi democràtic dels col·legis professionals, de manera que es va contemplar que podia ser la cosa més ràpida de fer a nivell català, superant les antigues associacions de la premsa... hi ha una sèrie de qüestions que ens van portar a dir: Col·legi. Però si ara tirés enrere i tornés a aquella època, a la segona part de la dècada dels 70, quan vaig ser membre de la comissió gestora del Col·legi, m'ho repensaria, com altres tantes coses de la transició. Jo penso que seria millor que fóssim un sindicat. Tenir un sindicat fort, com els portuguesos... no hi ha cap lloc al món on aquestes coses no passin, poc o molt, però jo crec que ho tenen més ben muntat, els periodistes són més forts. Si alguna fórmula hi hauria estat aquesta. Però això t'ho hauria dit anys enrere. Ara, els intents de muntar un sindicat ja sabem on són, i per tant no hi crec gaire. Ho veig molt complicat. Superar aquesta digressió per crear una professió periodística forta, que pugui defensar-se de tots els paranys i perills... potser és perquè amb la meva edat ja no em sento amb forces per fer res, però veig molt difícil el disseny d'un òrgan així. Em sap greu mostrar-me més aviat pessimista, perquè de tarannà no ho soc, però ho veig francament complicat.

F.2 Transcripció de l'entrevista amb Carlos Maciá-Barber

La precarietat és un element a tenir en compte quan es parla d'ètica periodística?

Sí. Bé, la precarietat s'ha de tenir en compte quan es parla en qualsevol ambient laboral. Perquè, la precarietat significa, en el fons, que s'està practicant una injustícia. La justícia és pagar un salari just pel treball que es desenvolupa. Llavors, la precarietat significa que les empreses no s'estan comportant, des del punt de vista únicament laboral, com ho haurien de fer. I això passa amb qualsevol feina. Quan estem en precarietat, quan tenim por pel nostre lloc de treball i estem exposats a les pressions de qualsevol empresa, és més fàcil que el treballador cedeixi en alguns moments o alguns casos davant d'aquestes pressions, vinguin d'on vinguin: tant si són externes com internes.

Creu que hi ha més pressions externes o internes?

Hi ha un fenomen que d'alguna manera que hem anat anomenant autocensura: ens acabem preguntant què passarà si explico aquesta història o parlo d'aquest tema. I a vegades passa això, que ningú ens diu res, sinó que som nosaltres mateixos els que ens diem: en la situació en la qual estic, com puc publicar aquesta història que crec que va en contra els interessos de l'empresa? O em buscaré un problema, o trucaran al meu cap... tot això és fruit de la precarietat. Quan algú té un lloc de treball relativament segur –home, segur del tot només el tenen els funcionaris i a vegades ni això, però tot i això tenen més llibertat per dir i fer coses-, una certa estabilitat en la feina, un cert prestigi en el món del periodisme... es pot agafar més llibertats, perquè sap que, si passa alguna cosa, el protegiran més, li donaran més suport. Però quan un està malament, prefereix ja no abordar algunes qüestions, no tractar certs temes...

Creu que els periodistes tenen un doble rol com a professionals que volen fer bé la seva feina i treballadors d'una empresa que han d'arribar a final de mes?

No és només la voluntat: jo tinc el convenciment que la major part dels professionals periodistes fan bé la seva feina, perquè si no els jutjats estarien plens de denúncies, i fins i tot la pròpia competència denunciaria com ho han fet de malament, la manca d'ètica que han tingut.... I això, normalment, no és l'habitual. Per tant, parteixo de la base que no només tenim el propòsit de fer les coses bé, que estem ben formats i tenim una bona

consciència que la nostra feina és important, i que té una base i uns fonaments ètics, sinó que també crec que en el dia a dia la feina es fa bé. Que es pot fer millor? Sí, és clar, com en totes les feines i tots els àmbits. El problema ve quan hem de conjugar aquesta pressió: si fem malament les coses, per què les fem malament? Per la nostra decisió, a vegades per la nostra falta de formació o coneixement, o perquè algú ens pressiona per evitar que les fem bé? Jo crec que aquest és el dilema que se'ns planteja. En això és veritat que solem dir que hi ha un dret, una clàusula de consciència... però a la pràctica crec que això no funciona, perquè la gent sap que al final només et quedes amb una transformació laboral, que et poden acomiadar. I a més, et quedes fins i tot una mica amb l'estigma de persona conflictiva: "Aquest periodista s'ha enfrontat a la seva empresa o al seu cap", diuen. Però tinc la sensació que molts cops cedim, i els que tendeixen a cedir més són, lògicament, els que estan en una posició més dèbil. Aquesta és una mica la problemàtica d'avui en dia. Per això crec que els professionals es preocupen tant per la seva situació laboral, i no només per la crisi, que és veritat que ha existit, ha estat brutal i segueix existint, que no acaba d'un dia per l'altre sinó que es va arrossegant, i actualment hi ha molts mitjans en crisi. Un exemple és el Periódico, que l'ha comprat Prensa Ibérica, que per tant fins i tot està canviant un tema tan important com la línia editorial. A les facultats s'ensenya que has de respectar la línia editorial, perquè clar, està treballant en un mitjà i això és legítim... però és clar, si a sobre tu està treballant allà i al mig te la canvien, ja no sé en quina situació queden els pobres periodistes. Les coses estan complicades. La crisi no ha acabat, i això crec que és el més preocupant. Ni tan sols tenim un model clar de negoci, no sabem cap on podem anar...

Les noves generacions, moltes de les quals troben feina en mitjans digitals, són més vulnerables a la precarietat i als problemes derivats del clic-bait i la pressió per l'audiència?

Bé, no sé si el fet de treballar en un mitjà digital suposarà més exposició o no. M'explico: crec que el conjunt dels mitjans -no tinc estudis fets- estan en mans de gent de negocis, que no és pròpia de la professió. És a dir, que les audiències les estem medint en funció del que recuperem com a professionals i com a empreses a través de Google i Facebook, i això és el que em preocupa. Perquè no són periodistes, sinó que estan allà per fer negoci i per fer diners. Uns més i altres menys, però tots estem en *plan*: "Canvio el meu titular perquè el SEO em diu que aquestes etiquetes tenen més recorregut, que això surt millor parat a les cerques de Google o que la gent a Facebook busca més aquest terme que

l'altre", de manera que estem canviant el titular perquè surti aquesta paraula i no l'altra. Si aquest és el criteri periodístic, doncs ja estem molt perduts. Perquè és clar, els quioscos estan tancant, ja no venen paper, i pel que fa a les subscripcions, a Espanya ens costa molt que la gent posi diners per obtenir un producte. Hem de recordar, la ciutadania i fins i tot alguns periodistes, que els mitjans que aparentment són gratuïts rarament són gratuïts. Tots els mitjans costen uns diners, només que alguns els paguem de manera directa i d'altres de manera indirecta amb impostos o via publicitat. I tot el que és publicitat, que és inversió per a aquella empresa, acaba repercutint en els preus dels productes. Per tant, aquells mitjans que pensem que són gratuïts en realitat no ho són, sinó que els estem pagant d'una manera o altra. El problema és que les empreses s'han rendit a això, al posicionament, a les audiències que s'obtenen a través de les xarxes socials, perquè els mitjans es consumeixen a través de les xarxes. Per exemple, aquest matí un company m'ha enviat una tribuna d'El País, i jo no he anat al quiosc a comprar El País, ni estic subscript a El País, però l'he consumit. Però això compta per a l'empresa, per a PRISA, perquè pot anar a l'anunciant i dir-li: "Mira, aquesta és la meua audiència, inverteix en nosaltres". I hem entrat tots en aquesta dinàmica, els empresaris els primers. Llavors, ja no se m'acut com sortir d'aquí, perquè forma part del model de negoci. Si les empreses se sustenten a base del que decideixen altres que és periodisme... Quan parlem de notícies falses, de "fake news", de seguida surten Google, Facebook, Twitter... a dir-nos com defensar-nos de les notícies falses, quan ells en són els principals suports. No són els únics, però sí els principals suports. I penses: "Home, aplica't el *cuanto* i talla-ho tu". A veure, prefereixo això que no pas que callin i no facin res, però penses: "Vosaltres esteu fent circular moltes mentides, i llavors em dius a mi com m'he de defensar de les mentides?". Defensa'm tu! No estàs fent un negoci i jo soc el client? Doncs defensa'm tu, posa els filtres... però no els clàssics, moralistes, de coses absolutament absurdes, com ara el nu d'un quadre del Museu del Prado... no, aquest no crec que sigui el problema. El problema és quan estan interferint en la presa de decisions de la ciutadania, i la gent es creu per sistema tot el que li arriba a través dels mitjans o de les xarxes. Aquest és el problema.

La proliferació de notícies falses pot fer augmentar la desconfiança de la ciutadania vers els mitjans de comunicació?

En la mesura amb què es publiquen certes coses, sí. Però també estan creixent portals, o iniciatives, que combaten les notícies falses. Jo en segueixo algunes d'interessants, i quasi

ho faig per experiment personal. N'hi ha una que es diu Maldito Bulo que explica els *bulos* o les mentides que ha publicat cada mitjà de comunicació, i et diu: "Compte, que aquí hem detectat cinc mentides", i fins i tot pots saber quines són. No em sembla malament que s'utilitzi aquesta eina, però si arriba a la ciutadania sí que pot generar una desconfiança, en el sentit que pot dir: "Aquest diari que té dos avisos de *bulo* i l'altre en té catorze..." home, doncs t'ho penses. No sé fins a quin punt respon a un criteri científic, potser s'hauria de tenir més criteri més enllà que els periodistes han ficat la pota, però sí que és un indicatiu del fet que hi ha coses que circulen per les xarxes que els periodistes convertim en notícies i després resulta que era una invenció o una falsedat, i crec que davant d'això els ciutadans es preocupen. Ahir em va cridar l'atenció una notícia que va resultar ser un muntatge, una cosa del burundanga. Però a la ciutadania li arriben de seguida aquest tipus de mentides, i resulta que no eren ni del lloc on es deia, o on s'explicava... era una mentida absoluta. Però jo ho he vist publicat en mitjans de comunicació seriosos. Ja no et dic periodisme ciutadà i aquestes coses, que en fi, sinó en un diari nacional de prestigi internacional. Ho he vist publicat. Com els ho han colat! Què estem fent, que està fallant? Els criteris periodístics no s'estan aplicant com haurien de ser, o ja no són els que eren... ara prima més la imatge, l'espectacle... no contrastem. Aquesta falta de credibilitat dels mitjans pot anar-se incrementant, perquè es tracta d'explicar veritats. Però també va en la doble direcció: en la mesura que els mitjans publiquen coses que després es confirma que són veritat, això també en reforça la credibilitat. Per exemple, el que està passant ara mateix a Madrid, amb les publicacions exclusives sobre si la presidenta de la Comunitat s'ha beneficiat d'un sistema corrupte. Al principi semblava que era una iniciativa de caràcter ideològic d'un diari que està als antípodes del partit que governa, però llavors s'ha anat veient que efectivament tota la informació que es publica s'ha contrastat. La sensació de la ciutadania és que és veritat, que els periodistes no s'ho inventen ni és una campanya, sinó que s'han dedicat a explicar la veritat malgrat que era difícil o arriscat explicar-la. Jo crec que això reforça molt. I en el cas de les institucions, igual: jo no sé què farà la Juan Carlos I, però si realment es posa seriosa i fa les coses com les ha de fer, serà l'única manera que aconseguixi construir una imatge de marca que li resolgui el problema que té davant l'alumnat, que està indignat amb el que passa. L'única manera de sortir-se'n és dir: "Això és el que hi ha i és veritat". I si hi ha alguna cosa lletja, s'explica, s'elimina i ja està. Va en la doble direcció. Si els periodistes fem malament la nostra feina, perdem credibilitat, que és l'únic que tenim. Al cap i a la fi, és veritat que tots tendim a exposar-nos als mitjans que ens són més afins, o

que ens són menys agressius en relació al que pensem, el que ens agrada, el que votem... però tot i això, si som honestos, reconeixem quan algú fa una cosa bé. Aquest és el tema, la credibilitat que pugui tenir un mitjà. Jo crec que els ciutadans, amb independència de la línia editorial d'un mitjà, o de les creences personals d'un periodista, que sovint són conegudes i són públiques, al final el que valoren és la reputació i la credibilitat, l'honestedat. Si aquella persona ha fet una bona feina, és el que valorem. No valorem tant altres coses que tenen les empreses. Crec que aquesta és la línia correcta: la credibilitat. Si no se'ns creu, estem perduts. I a la vida quotidiana també passa, no només és una cosa només vinculada a la vida professional com a periodistes. En la nostra vida personal, si tenim fama de mentiders, no tenim crèdit, i per tant no tenim futur ni present.

Qui és el responsable de mantenir aquesta credibilitat? Els professionals, o també cal implicar-hi les empreses?

Hi ha un camí, i nosaltres aquí a la Carlos III hem investigat una mica més sobre el terreny per anar en aquesta línia. No som molt originals, sinó que partim d'una hipòtesi: de res serveix que algú es formi en una professió –en aquest cas parlem de periodistes–, que vingui a la universitat i li expliquem com es fa bé la nostra feina i quins són els principis que regeixen la nostra professió si llavors, quan arriba a la institució o a l'empresa, el clima que es viu allà no ajuda a complir amb aquests objectius. És més, en alguns casos es prima justament tot el contrari: tu fas una feina per tenir molta audiència, que generi molta publicitat i que permeti guanyar diners a l'empresa. I és clar: aquest, a vegades, és el problema. I s'hi ha de lluitar d'alguna manera. Tots som “clients” dels mitjans de comunicació, perquè el dret a la informació és un dret fonamental. Però potser, a vegades, amb aquesta visió com a clients, podríem crear algun sistema que ens garantís un mínim de control de qualitat. Hi ha hospitals que tenen auditories externes, segells de qualitat... que d'alguna manera ens parlen de les bondats de les pràctiques d'aquella empresa. Entre un hospital que a la porta no hi ha res i una altra amb una sèrie de controls externs que garanteixen que les coses es fan bé, que es controlen millor, que hi ha pràctiques ètiques, deontològiques, de responsabilitat social... si em donen a escollir, jo tinc molt clar què escolliria. Com a professional i com a client. Seria com un segell de qualitat, aniria en aquesta línia. A Espanya hi ha algunes iniciatives, però és cert que són totes bastant voluntarioses, igual que algunes de les que hi ha pel món. Però bé, pot ser que una mica el camí vagi per aquí. Aquest és el problema: si l'empresa no és ètica de principi a fi, malament anem. Sempre poso el mateix exemple: molts cops els mitjans de comunicació

elaboren reportatges o ens traslladen notícies de temes d'exploració laboral en institucions, empreses, col·lectius... però mai n'he trobat cap on es parli de l'exploració laboral que hi ha en els mitjans de comunicació. Perquè ells mateixos no en parlen. Què s'hauria de fer? Una iniciativa seria el segell o normativa de qualitat. Que vingui un inspector i digui: "Vostè, als seus becaris, com els tracta? Els paga un sou mínim, en quines condicions els té, de quins drets gaudeixen...?". Bé, si tu vulneres els drets dels teus treballadors, com puc pensar que no et vendràs a qualsevol altra cosa, o a qualsevol altra pressió? Si als teus propis empleats els tractes malament, la situació ja comença malament des de l'inici. Llavors, potser el canvi ve per aquí: si tu ets ètic en la teva pròpia empresa, mantens l'ètica a l'hora d'elaborar el teu producte de principi a fi... hi ha empreses que tenen un segell de qualitat en què controlen tot el producte de principi a fi, tot el procés. Ara veiem coses que d'entrada ens poden cridar l'atenció i que ens poden semblar fora de lloc: si les gallines estan en una gàbia o no, per exemple. Doncs si la ciutadania decideix que confia més en una empresa perquè considera que respecta més uns determinats drets dels animals, que són éssers vius, i que a més contribueixen al medi ambient, i que el producte a més tindrà una millor qualitat... doncs endavant amb això. Anem per aquest camí. Si això garanteix que és un element a valorar per garantir la qualitat del producte, doncs endavant. Fins allà, jo crec que s'hauria d'arribar. I en el periodisme jo crec que ha de ser el mateix. S'ha d'arribar fins al final. Avaluar: el procés d'obtenció de la informació, ha estat legítim o no? S'ha de controlar això, també. Hi ha mitjans que paguen a les fonts, i ja sabem que això, deontològicament, està malament. Doncs controlem això. Hi ha periodistes que utilitzen mitjans inadequats per obtenir informació: doncs controlem això. Jo no soc radical perquè a vegades tallaríem tot el flux, però aquí està el tema. Això que està passant a Madrid, sabem que ha passat d'una manera irregular, no ens enganyem. Hi ha algú que ha filtrat alguna cosa que és confidencial, però bé, el periodista no ha utilitzat en aquest cas cap sistema irregular, sinó que qui ho ha fet és la font. Sabrà què ha fet, com ho ha fet i què hauria d'haver fet, però no és cosa del periodista. Però és cert que a vegades, els periodistes, utilitzen mètodes que no són els més adequats. I no només nosaltres: punxar l'emissora de la policia no es pot fer, i ho fem. Són pràctiques que ja s'han convertit en tradicionals, però potser s'hauria de reflexionar sobre elles. Però sense ser molt radical, perquè a vegades arribarien moments que nosaltres mateixos ens tallaríem possibilitats. Però jo soc un defensor que, si l'empresa no funciona d'una manera ètica, és igual que els professionals que estan allà facin esforços: estan lluitant contra un gegant, i això converteix el seu treball diari en un

malson. I no els podem demanar que siguin herois cada dia. Perquè si han de lluitar per fer bé la seva feina, han de lluitar contra un medi ambient corrupte o tòxic a les redaccions... és heroic. Per tant, crec que el camí hauria d'anar per aquí, per aconseguir que les redaccions siguin espais lliures de taques, i aquest és el problema, que això és complicat.

El fet que hi hagi cada cop més autònoms i col·laboradors, complica encara més les coses?

És un tema interessant, perquè té molts matisos. Treballar de forma autònoma pot tenir avantatges i inconvenients. D'alguna manera, el fet de ser autònom et treu possibles pressions, així de primera, d'un cap, d'un director... perquè no has de donar explicacions i ets lliure per investigar i explicar el que vulguis. Però també és veritat que amb el temps, si et fas un nom, pot repercutir: que els mitjans decideixin comprar o no els teus productes pel que fas o dius, perquè ets incòmode o tens mala premsa... tot té dobles lectures. El principal problema que veig en el fet de ser autònom és que et dona molta llibertat però també et dona molta inseguretat, perquè si tens un problema, qui et defensa? Perquè quan treballes en una empresa, la institució et pot emparar, d'alguna manera. Però en aquest cas, qui et defensa? Un col·legi professional? Un sindicat? Sí, però a Espanya els col·legis no són obligatoris.

I a més, tenen un grau d'afiliació molt baix. Això complica la defensa de la professió?

És clar. I a més, molts cops la gent està als col·legis professionals per una qüestió de cobertures mèdiques, almenys a Madrid. La sanitat a Espanya funciona bé, malgrat tot, però és veritat que per a algunes coses la sanitat privada t'agilitza o et dona més tranquil·litat, i aquesta quota que pagues et compensa. Per tant, molta gent s'afilia per la cobertura mèdica i no tant per la defensa professional. És cert que en els últims temps estan fent una tasca interessant de defensa de persones que han estat més valentes o han tingut problemes amb l'empresa. És un aspecte que potser podria beneficiar a l'autònom, que està una mica aïllat i solitari. És més fàcil pressionar o amenaçar l'autònom que no pas el periodista que treballa en un gran mitjà. No es pot demostrar, però per l'experiència i les coses que m'arriben, quan la gent parla de les pressions, jo sempre dic que les tenen més els periodistes locals. Com més local sigui un mitjà, més pressions tindrà. El periodista que treballa per al País o TVE, en el fons, està molt ben protegit. Tindrà moltes pressions, però el problema és per al senyor que treballa a l'Ideal de Granada, perquè allà

tots es coneixen, i Granada és un poblet. La gent et coneix i et reconeix pel carrer, i això és una pressió ja no només per la feina, sinó també per a la teva vida personal. Mai saps d'on et poden venir les bufetades, i és dur. La gent sap fins i tot la matrícula del teu cotxe, i si es proposen fer-te la vida impossible, ho aconseguiran. Això és dur. Si estàs en una empresa, estàs una mica protegit, però si ets autònom... em sembla molt complicat. Però la gent es fa sovint autònoma per la precarietat laboral, perquè no hi ha més remei.

Ser autònom, a vegades, és l'única sortida laboral?

És clar. I la figura de l'autònom ja es troba a tots els nivells: sovint la gent pensa que l'autònom és el noi que acaba de començar, però hi ha molts espanyols que estan treballant d'autònoms per molts motius, i a vegades té a veure amb això, que s'han enfrontat a la seva empresa i ha arribat un punt que han dit: "Per aquí no passo, per aquí no penso transigir". No només perquè l'empresa se'ls tregui de sobre per les causes que addueixen altres, com "és que no s'adapten al digital", que és una excusa bastant habitual. Com si el periodisme digital fos diferent del periodisme d'altres suports.

Potser no ho hauria de ser, però ho és. Segons les dades de l'enquesta, hi ha un major grau de clic-bait en els titulars.

Sí. Però bé, és només un aspecte tècnic al qual ens hem d'adaptar. L'essència es manté: el titular ha de tenir uns requisits tècnics essencials, ha d'explicar el contingut del cos, no puc vendre una moto que no és. Però això s'ha de fer, sigui un mitjà digital o no sigui digital. A vegades ens excusem amb el tema del digital, però l'essència del periodisme continua essent la mateixa. Fins i tot la part d'execució diària pot variar, s'ha d'adaptar, etc, que això no ho poso en dubte, però no es pot excusar amb què la gent gran no s'adapta al digital. Si indagues una mica, cal veure a qui s'acomia i en quines condicions es fa. A vegades es tracta de la gent que més cobra, i això és un estalvi de cost. Per lògica s'hauria de contractar altra gent, però s'ha de veure com se la contracta, en quines condicions, etc. Jo tinc les meves sospites, i tampoc ho puc demostrar, perquè no tinc dades, però tinc la sospita que succeeix el mateix que en altres institucions: s'acomia un que cobra 5.000 euros però llavors no es contracten cinc persones que cobren mil euros cadascuna, sinó que potser se'n contracten dues per mil euros que faran el treball que feia el de 5.000. Per tant, et treus un munt de coses de sobre. Jo tinc aquesta hipòtesi. Hi ha casos de companys que t'ho expliquen. Si la pròpia empresa està tractant malament els seus propis treballadors, què no farà amb altres temes? És igual que la publicitat. Quan

veig un periodista que fa publicitat, penso: “Si aquest senyor, que és molt salat i fins i tot té prestigi, em diu que els caldos de pollastre són meravellosos perquè el paguen, quan surti a donar la cara als informatius, per què no pot sortir a dir que el Corte Inglés és meravellós perquè el paguen?”. M’entren els dubtes. Per això, sempre diem que no s’ha de fer publicitat, però avui els periodistes amb més prestigi d’Espanya són els que més publicitat fan, i a l’audiència no sembla que l’importi molt. Però a mi personalment sí, em fa por perquè al final penses: com no et vendràs al postor? A vegades potser resulta que has d’anunciar el banc que dona els crèdits a l’empresa, i tens por que perquè no ens tallin l’aixeta anem a parlar del Santander o del BBVA. Ho sé perquè a la universitat passa igual, no pensis que aquest món és diferent. En el fons tots sabem que més o menys som del Santander, ens agradi o no, i és el que hi ha.

El periodisme sempre ha estat una professió precària, o en els darrers anys la situació ha empitjorat?

Et parlaré de la meva experiència personal. Jo tinc la sensació que abans hi podia haver precarietat, o potser més aviat hauríem de parlar de dificultats d’inserció laboral. Quan jo estudiava la carrera, érem molts i no hi havia feina per a tots. I de fet, molta gent acabava la universitat i no es dedicava al periodisme, perquè no hi havia feina per a tanta gent, amb independència de la seva vàlua. Hi havia gent que valia molt però que s’ha quedat pel camí, perquè a vegades la vida no ens dona a tots les mateixes oportunitats. Però quan penso en quan jo era becari, en com em tractaven, com em pagaven, tot el que feien per mi i el que fan ara pels meus alumnes... la conclusió és que la situació ha empitjorat moltíssim. Però moltíssim. Perquè a mi em pagaven com a becari el que a molts periodistes avui els paguen per estar en plantilla. És veritat que han passat anys, i que estava en un mitjà potent, etc., però quan faig els comptes, veig que soc un privilegiat sense haver-me’n adonat en el seu moment. Crec que per allà comença l’explotació: la part més dèbil en qualsevol redacció és la gent que acaba d’arribar, la gent jove. Si a ells no els tractes bé, els hauries de tractar millor. Però jo veig ara amb els meus alumnes: no dic que passi en tots els casos, perquè hi ha gent que està bé, però no és l’habitual. Es podria buscar una correlació gairebé sistemàtica entre la presentació d’ERO i la petició de becaris a les universitats. Això ho he viscut amb TVE, TeleMadrid i Antena3. He vist com feien fora companys i llavors que et vinguessin i diguessin: “Escolta, que aquest estiu necessitem becaris...”, i jo penso: “Si acabeu de fer fora gent perquè se suposa que no hi ha feina, i com em veniu a demanar becaris?!”. Volen el gratis total. Aquí està fallant

alguna cosa. Doncs jo, com a universitat, no cediré i no enviaré becaris, perquè no vull contribuir a les males pràctiques. El problema és que no totes les universitats funcionen igual. I també hi ha altres universitats que arriben a acords amb mitjans per, a canvi de bon tracte, “col·locar” a gent. És una manera de “comprar” llocs de becari. Quan surten les classificacions de les universitats, el primer que dic és: “Mireu quins convenis té aquesta universitat amb aquest mitjà, perquè és significatiu”. No dic que sigui en tots els casos, però sovint passa. Perquè és clar, com no dirà aquell mitjà que ha estat formant gent amb una universitat que aquella universitat no és bona? Diran que és de les millors, és lògic. Jo crec que, en general, la situació ha empitjorat, i amb la crisi s’ha notat molt. Hi ha molta gent que se’n va al carrer i que no torna. Perquè si fos una cosa transitòria, que ens estem recuperant... però no, jo crec que la situació ha empitjorat. Però no només en el periodisme: la precarietat està a tot arreu. A vegades parles amb gent que està en altres camps, com el món del dret, de l’enginyeria, de la medicina, l’arquitectura... i tots et venen amb històries molt similars del que era la professió i en el que s’ha convertit. No tinc dades a mà, i en estar més en l’àmbit acadèmic que professional se m’escapa, però a través del que visc dels alumnes, que t’expliquen de convenis, etc, me n’adono. A vegades, des de la universitat he hagut de dir: “Traieu aquestes pràctiques de la web de feina que tenim perquè no paguen”. No paguen! Les posen perquè ho posen tot, ja que els estudiants han de fer pràctiques obligatòries, però és clar, si el meu col·legi professional de Madrid diu que no es treballa gratis, doncs no es treballa gratis, i jo no faré res que vagi en contra del meu col·legi professional ni de les meves conviccions. I a vegades fins i tot l’alumne no ho entén, i diu: “Ostres quin greu, han tret aquelles pràctiques...”, però des de totes les tribunes hem d’evitar fer-los el joc, perquè sempre se’n beneficien els mateixos. Quan prolifera tant l’abús que les empreses ja ni es tallen: no paguem res i volem algú que treballi 20, 30 o 40 hores setmanals. Això que és?

Té constància que les empreses segueixin fent contractes de pràctiques un cop els estudiants han acabat la carrera?

A vegades, fins i tot et venen a dir: “Però si aquí estàs aprenent, ens hauries de pagar tu a nosaltres per deixar-te venir”. I molts cops, els màsters que ofereixen gairebé tots els grups empresarials van en aquesta línia. Tu has de posar els teus diners, i és una mica una loteria: “Garantim que un X% dels estudiants acabaran treballant en les nostres empreses”. Bé, això jo ho anomeno pagar per treballar, perquè sovint els alumnes cobreixen llocs de treball. Jo això tampoc ho acabo de veure. Si tu estàs ensenyant què és

això de la professió periodística, has d'ensenyar perquè algú treballi a la teva empresa o a qualsevol altra. Per tant, no garanteixis res. Hauria de ser: "Tu vens aquí i, com que t'ensenyaré molt i molt bé, pagues tant, perquè et formarem i t'ensenyarem". No dir: "Una quarta part dels que esteu en aquesta classe acabareu treballant aquí", jo aquest sistema no el veig. I anar contra això també és complicat. La part professional i la part acadèmica vivim d'esquenes, i a vegades fins i tot ens critiquem salvatgement. Els mitjans sovint diuen que l'acadèmia no té ni idea de com van les coses, i és veritat que sovint l'acadèmia no se sap posar en el seu context i valoració, per veure la realitat laboral. És fàcil des de fora analitzar i veure les coses, però una altra cosa és estar al mig. Suposo que algun dia ens haurem d'asseure i veure que val la pena posar-nos d'acord en temes, com per exemple en veure com la precarietat pot afectar a la feina, perquè a més ens interessa a tots: als que estem formant, els que estan treballant i a la ciutadania. És a dir, que el producte periodístic tingui qualitat. I a poc a poc ja ens estem preocupant tots per aquest tema, fins i tot les empreses. Potser el màxim director no, però a vegades sí, no té per què no. A vegades, el discurs més radical el trobes en alguns responsables, però és clar, a vegades també n'hi ha que son tot el contrari, que els és igual tot. Però hi ha empreses que estan mentalitzades i preocupades per fer una bona tasca, que és el més important.

Com veu el futur de la professió?

A veure, hi ha una cita d'un autor, Rafael Mainat, que va escriure "L'art del periodista" el 1906 i que va oferir la millor definició que he trobat de periodisme. I això és el que et vull transmetre: que el periodisme no morirà mai, al contrari, sinó que serà més necessari. Una altra cosa és el que alguns entenen com a periodisme, i ell fa una descripció molt realista, molt metafòrica si vols també, però també molt enganxada a terra sobre què ha de fer un periodista.

F.3 Transcripció de l'entrevista amb Luis Palacio

Segons l'Informe Anual de la Professi3 Periodística, que vostè coordina, els periodistes perceben, en general, que les seves condicions laborals estan empitjorant cada any. Es pot atribuir sobretot a la crisi econ3mica, a la caiguda de la publicitat i al canvi de model per l'arribada d'Internet, o s'han de tenir en compte altres factors rellevants?

Jo sempre explico la situaci3 actual com a fruit d'una doble crisi: existeix, efectivament, una crisi econ3mica a partir de 2008, que es tradueix en una caiguda de la inversi3 publicit3ria, amb una major erosi3 en els mitjans impresos -les revistes, els diaris, etc-. i que té uns efectes molt importants sobre la indústri3 dels mitjans. Però no s'ha d'oblidar que aquesta crisi econ3mica arriba en un moment on el sector dels mitjans de comunicaci3 ja venia mostrant símptomes de debilitat. L'únic que passa és que, com que en els primers anys d'aquest segle hi va haver un creixement significatiu de la inversi3 publicit3ria, i a més, en el cas dels mitjans impresos, va coincidir amb l'intent, per part de moltes companyies, de llançar diaris gratuïts -precisament arran d'aquesta inversi3 publicit3ria-, aix3 d'alguna manera va "tapar" una mica el que de veritat estava succeint. I el que estava succeint era que els diaris veien com les seves vendes s'anaven reduint cada cop més i com també, al llarg dels anys 90 del segle passat i durant els deu primers d'aquest, la publicitat en els mitjans impresos passava a tenir un comportament diferent, molt més tàctic que estratègic a llarg termini. I es veu, per exemple, que la inversi3 publicit3ria puja i baixa d'uns trimestres a altres amb molta rapidesa. És a dir, que les empreses estaven utilitzant la publicitat per resoldre problemes concrets, que tenien en un moment determinat, però després, quan desapareixia l'incentiu, la publicitat s'alentia. Aix3 es va veure, per exemple, en la publicitat d'autom3bils, però també de productes financers o d'empreses energètiques. De sobte arrencava una campanya perquè es llançava un nou model al mercat i augmentava la inversi3 publicit3ria, però després tornava a caure. Aix3 va succeir durant els deu últims anys del segle XX i els deu primers d'aquest segle. A més, té molt a veure amb la digitalitzaci3, que fa que es multipliquin les possibilitats d'emetre continguts per part d'institucions i empreses que no són mitjans de comunicaci3: és a dir, cada cop més les institucions i les empreses tenen la possibilitat de fer arribar al públic els seus missatges, i llavors perd importància la publicitat tradicional com a forma

de transmetre aquests missatges. D'alguna manera, es produeixen com dues crisis en paral·lel: per una banda, una crisi estructural del model dels mitjans de comunicació, que després es veu molt agreujada en el moment que arriba la crisi econòmica, l'any 2008, i enganxa els mitjans en unes determinades condicions.

Quins són els perfils professionals que s'estan veient més afectats per la precarietat?

La informació de la qual disposem nosaltres és bàsicament a través d'una enquesta que fem a periodistes: gent que treballa com a periodista d'actualitat en mitjans de comunicació, i també hi ha una part significativa de gent que treballa en comunicació empresarial i institucional. En termes generals, comprovem que s'està veient més afectada la part dels periodistes que no pas la dels comunicadors. Però en els dos casos sí que s'estan generant perfils de precarietat. El que no succeeix és que als periodistes els vagi tot molt malament i als comunicadors els vagi tot molt bé: tots estan patint aquesta crisi, en tots els casos augmenta la precarietat, però aquesta és més important en el cas dels periodistes.

A més, està creixent el nombre d'autònoms. Això porta més precarietat?

Hi ha una qüestió d'inici que és molt difícil de gestionar: no se sap quants periodistes hi ha a Espanya. Aquesta xifra, que sembla que hauria de ser quelcom perfectament conegut, no es coneix, perquè no serveix de referència el nombre de persones que es graduen en periodisme o comunicació audiovisual, ja que es tracta d'un nombre elevadíssim que es dirigeix a un mercat de treball on no hi ha possibilitats per a tots, i llavors, una gran part, un cop obtenen el seu títol, es dediquen a activitats totalment diferents. Es desvinculen del periodisme. Per tant, com que no podem saber exactament el nombre de periodistes, és molt difícil poder establir percentatges sobre què passa amb uns i altres, perquè no tenim un univers. Nosaltres, el que veiem a través de l'enquesta –que no deixa de ser de resposta voluntària, tot i que la contesta molta gent i aquest any hem tingut unes 1.700 respostes -, és una base de respostes importants per tenir informació qualitativa del sector. Tot i això, no deixa de ser gent a qui ens dirigim a través de les associacions de la premsa i els sindicats de periodistes, i això pot, per exemple, estar reflectint-nos millor la dada de persones que treballen en empreses que no pas del conjunt del sector, perquè no tenim dades de quin és l'univers real. El que sí que veiem a través dels anys és que hi ha més gent dedicant-se a la comunicació empresarial, mentre que la quantitat de periodistes disminueix una mica, i a més veiem que dins dels que responen l'enquesta creix el nombre

d'autònoms, fins al punt que aquest any vam decidir dedicar un capítol de l'informe concretament als autònoms. Per tant, és un fenomen que sí que s'està produint, sí que hi ha cada cop més autònoms, però l'únic que passa és que és molt difícil saber en quin percentatge està succeint això, perquè no tenim informació fefaent sobre la xifra de partida. Per a mi, aquest és el setè informe que faig per a l'APM, i porto des del primer moment intentant trobar una xifra per aquest nombre de periodistes que hi ha a Espanya, però l'únic que em trobo són estimacions. Però després, quan acudeixes a organismes tipus l'Institut Nacional d'Estadística (INE), el primer que se m'acudeix és anar a mirar l'EPA, o alguna de les enquestes d'activitats econòmiques que ells on podria sortir el nombre de periodistes, però no és possible, perquè ja no existeixen censos. Ara tot es fa a través d'enquestes a partir d'una mostra, i aquestes mostres són massa petites per intentar trobar un nombre global de tot Espanya. I com que estan dividides per províncies, a sobre, que el nombre de periodistes d'Almeria que respon a l'enquesta sigui representatiu, és quelcom que no succeeix: l'error estadístic creix moltíssim i és impossible fer aquesta projecció. Llavors, vas al ministeri de Treball i ells sí que tenen xifres d'atur i demanda de feina, però no de la resta de la gent que efectivament està treballant.

A més, a la seguretat social no hi ha un epígraf específic per a periodistes.

És clar, i a més aquí s'hi suma un problema diferent, que és la definició de periodista. Que aquesta és l'altra: s'ha de considerar treball periodístic la comunicació empresarial, o no? En la meua opinió, per exemple, no: el periodista fa informació pensant en el públic; el comunicador d'una empresa el que fa és intentar aconseguir els objectius de l'empresa, de manera que allà es trenca la finalitat del periodisme. Però malgrat això, hi ha molts periodistes que quan se'ls pregunta –nosaltres tenim aquesta pregunta a l'informe-, diuen que la comunicació empresarial és part del periodisme. Les eines que s'utilitzen són les mateixes, però els objectius són completament diferents. Per tant, això ja generaria un problema per conèixer exactament quants periodistes hi ha a Espanya.

Les noves generacions ho tenen més difícil per accedir a un lloc de treball digne?

A veure. Sí, això és evident per una cosa: les nostres xifres diuen que hi ha més gent de més edat treballant en llocs de treball més normalitzats d'empreses, plantilles, etc. En les respostes dels més joves, en canvi, aquestes dades descendeixen. Ara bé, s'estan produint com dos fenòmens diferents. Un és que, a conseqüència de la digitalització, estan

apareixent molts més mitjans, molts cops promoguts per gent jove i que s'estan nodrint de gent jove en les seves plantilles. Per tant, la situació, per aquí, està tenint una mica d'alleujament. D'altra banda, és cert que s'està generant molt de treball *freelance*, com a autònoms. Això, però, és veritat que de moment t'ho agafo com a hipòtesi, perquè just aquest any a l'informe dedicarem un capítol als periodistes de menys de 30 anys, i farem una enquesta específica per a joves, per conèixer exactament quina és la seva situació, perquè en l'enquesta que enviem a través de les associacions de la premsa, rebem menys respostes de gent jove. Però en una hipòtesi molt inicial, jo crec que d'alguna manera hi ha molts joves que es troben amb una realitat en què hi ha molt poc treball normalitzat en plantilles de mitjans, de manera que s'han fet ja a la idea que la seva feina serà *freelance*, i el que intenten és organitzar aquest treball *freelance* en les millors condicions possibles. Tenen molt més clar què s'ha de fer en matèria de seguretat social, de comptabilitat, tot aquest tipus de coses. Però és veritat que tenen més difícil accedir a llocs de treball en empreses i plantilles establertes; entre altres motius, perquè és una feina que s'està reduint moltíssim.

Cada cop hi ha menys llocs de treball en el sector del periodisme?

Hi ha molts expedients de regulació de feina, i a més sembla que ve una nova tanda. El 2017 va ser un any molt fluix per a les companyies de mitjans, a Catalunya ja s'han anunciat retallades... i bé, probablement n'hi hagi més.

Hi ha bretxa laboral entre homes i dones?

Sí. És una de les coses que hem trobat aquest any, per exemple. Llavors parlarem dels llocs directius, però en el cas de la gent que té contractes indefinits -insisteixo sempre que això s'ha de veure sempre amb relació a les persones i els perfils que ens contesten l'enquesta, que és sobretot gent que està en mitjans- es veu com el percentatge d'homes que tenen contractes indefinits és més gran que el de dones: el 83% dels homes que responen l'enquesta tenen contracte indefinit, mentre que en el cas de les dones en té el 70%. Tanmateix, quan anem a mirar els contractes per obra, per article, per col·laboració, etc, allà es dona la situació inversa: hi ha més dones que estan treballant d'aquesta manera que homes. Aquesta és una primera diferència que hi ha. En aquest cas t'estic parlant de feina en periodisme. Perquè en el cas de la feina en comunicació, veiem que hi ha més dones treballant-hi que homes. Ja no parlem de contractes, sinó de volum de persones que treballen en una i altra especialitat. De contractats, en comunicació, hi ha un 37% d'homes

davant d'un 62% de dones. I com a autònoms, hi ha un 45% d'homes davant d'un 54% de dones. Clarament hi ha més dones treballant com a contractades i també com a autònomes en el terreny de la comunicació institucional que no pas homes. Aquest és un altre canvi, una altra diferència entre ambdós que sí que s'aprecia. I quan s'observen, per exemple, els nivells de retribució... bé, t'explico abans que nosaltres, quan demanem informació a l'enquesta sobre els salaris, el que fem és demanar a la gent que se situï en determinats trams de salari. No demanem que ens diguin el seu salari final, perquè la gent és molt reticent a dir el seu salari. Doncs quan mires els sous, en el tema de la distribució, hi ha una diferència, diguem, en perjudici de les dones. Com que no demanem la xifra de salari, no tenim possibilitat d'establir quant més cobren uns que altres, però en canvi sí que veiem que, mirem on mirem, en els trams salarials més baixos sempre hi ha més dones que homes. Per exemple, si tu mires qui cobra entre 600 i mil euros dins dels contractats en periodisme, els homes són el 5% i les dones el 10%. Però si mires entre 1000 i 1500, allà ja hi ha un canvi: s'equiparen més les coses, hi ha un 26-27% de dones en aquesta situació, davant d'un 20% d'homes. Però en termes generals, entre els salaris inferiors a mil euros al mes, hi ha força més dones.

És a dir, hi ha moltes dones treballant en l'àmbit del periodisme però que estan mal remunerades.

El que seria necessari és aprofundir en l'estudi sobre a què es deu això, perquè la informació que existeix és molt fragmentada. Hi ha una dada que a mi sempre m'ha sorprès bastant: quan agafes el nombre de graduats en periodisme i en comunicació audiovisual, els que arriben al final de la carrera són més dones que homes, i a més, en una proporció aproximada de 60-40%. És a dir, que quan s'enfronten per primer cop al mercat de treball, hi ha més dones que homes. I tanmateix, quan vas a mirar la informació que rebem de l'enquesta, veus que hi ha més homes que dones treballant. Llavors, aquí es produeix un salt important. Nosaltres pensem que una de les explicacions és que hi ha més dones que abandonen la possibilitat de seguir treballant com a periodistes i es dediquen a altres feines diferents. Sigui pel motiu que sigui, el cert és que allà es produeix aquest canvi, i caldria tenir més informació sobre per què succeeix exactament.

Quines creu que podrien ser les raons?

Una podria ser, per exemple, que les empreses prefereixen contractar homes que dones, però això és una hipòtesi: no existeix cap seguretat que aquesta sigui la raó final. Les

dones surten millor preparades de la carrera, en termes generals, que no pas els homes, i per definir això jo em baso en el fet que la proporció de graduades i graduats és superior en un 60-40%, tot i que, a l'inici de la carrera universitària, la diferència és menor. Per tant, hi ha més dones que acaben la carrera que no pas homes. D'aquesta manera, ja hi ha una indicació que hi ha un nivell de preparació més gran. Potser és que es dediquen a buscar altres feines, en lloc d'una feina de periodista, però és que no ho sé. Són hipòtesis que no quedaria més remei que fer investigacions més profundes i amb més mitjans per saber què és el que està succeint exactament. Però sí que es produeix aquest canvi, i també hi ha el tema de la discriminació salarial. Llavors s'aprecia, a conseqüència d'això, una altra cosa que nosaltres preguntem amb relació als principals problemes que té la professió: veiem que la gran majoria, tant d'homes com de dones, creu que el principal problema que té la professió periodística és l'augment de l'atur i la precarietat laboral. Però en segon lloc apareix la mala retribució del treball periodístic, i allà, quan veiem la distribució per sexes, és superior el percentatge de dones que creu que això és un problema (el 19% pensa que la mala retribució del treball periodístic és un problema), i en canvi només un 14% dels homes ho pensa. D'això se'n pot despendre, clarament, que en termes generals la dona cobra menys, per això hi ha més dones a qui els sembla un problema que homes.

L'informe apunta que aquestes males retribucions tenen influència en la pèrdua de llibertat i independència dels periodistes. Es percep resignació, preocupació... en el sector?

Nosaltres preguntem, cada any, pel grau d'independència amb el qual els periodistes creuen que desenvolupen la seva feina. En termes generals, demanem que ens ho puntuïn de l'1 al 10, i els resultats que ens estem trobant estan per sota del 5, o sigui que seria un suspens, però no gaire per sota el 5. Aquest any, 2017, va ser un 4,4, una dècima més que el 2016, que va ser 4,3, i una dècima més que el 2015, que era 4,2. Per tant, es veu com una lleugeríssima millora en el grau d'independència que els periodistes diuen que tenen. Alhora, fem l'enquesta al conjunt de la població espanyola, amb empreses especialitzades, i allà preguntem pel grau de confiança en la informació elaborada pels periodistes. I ens trobem que, en canvi, la confiança que la ciutadania té en els mitjans els espanyols és una mica superior al 5: un 5,5 el 2017, un 5,7 el 2016 i un 5,5 el 2015. És a dir: sembla que la població valora una mica més que la pròpia professió la qualitat de la informació. Però, insisteixo, és diferent, perquè uns estan parlant de la independència amb

la qual fan la seva feina i els altres avaluen el grau de confiança que els mereix aquesta informació. Però en cert sentit, són com les dues cares d'una moneda. Aquesta és una dada contra la independència. I aquest any hem preguntat quines eren, a judici dels periodistes, les conseqüències de la feina precària. Si la precarietat i l'atur eren el principal problema de molts anys, els preguntàvem, en una pregunta tancada -els donàvem tres possibilitats- quina era la seva resposta. Llavors, el 44,9% deien que a conseqüència de la precarietat el periodista s'havia convertit en un simple recopilador d'informacions, en lloc de generar informació original. Però és que el 35,1% mencionava que els periodistes tenen por a la pèrdua de feina, i per això perden llibertat i independència a l'hora de desenvolupar la seva feina, la qual cosa és un percentatge preocupant. I una mica menys eren els que pensaven que haver de treballar a *destajo* havia dificultat el fet de contrastar prou les informacions. Això són com tres conseqüències importants de la precarietat en el treball periodístic.

Quines perspectives de futur veu per a la professió? Creu que és possible una “remuntada” de les condicions laborals?

Uf, a veure. Jo, el que diria en aquest sentit és el següent: s'està produint un canvi molt profund dins de la societat, sobre com s'informa la societat, dels hàbits d'informació que tenen, i alhora s'està produint un canvi molt profund en tot l'aparell generador d'informació que es dirigeix als ciutadans. Encara és molt aviat per saber com pot acabar consolidant-se aquesta situació. És cert que estan apareixent molts mitjans nadius digitals, és cert que hi ha molts mitjans convencionals que estan fent esforços per adaptar els seus models de funcionament a la nova situació, però encara no se sap bé com acabarà això. Per tant, és molt difícil veure com es pot traslladar això al mercat laboral. Nosaltres, amb relació a l'atur registrat de periodistes amb dades nacionals, hem vist que, en els últims anys, aquest atur registrat, que encara era alt, perquè era d'unes 7.000 persones, havia anat descendint d'una forma relativament alta, des dels 11.000 o 12.000 aturats registrats que hi havia l'any 2014. Però aquest any, precisament, el 2017, amb dades tancades al mes de desembre, ja es veu que la caiguda d'atur registrat ha estat menor. És a dir: que segueix havent-hi un nivell d'atur registrat alt, que semblava que s'estava reconduint aquesta situació a tenor de com estava disminuint l'atur, però això, de sobte, el 2017 s'alenteix molt. Llavors, el gran dubte està a saber si les coses noves que es generen seran suficients per incrementar els nivells de feina. Hi ha una dada que és certa: que la tecnologia està permetent fer molta més informació amb molts menys mitjans humans

que abans. I això és quelcom que no s'està produint només en els mitjans de comunicació, sinó en totes les activitats econòmiques que hi ha: la digitalització permet estalviar moltíssima feina i on abans hi havia correctors, editors, càmeres, linotipistes... avui en dia tot això està desapareixent perquè bona part de les activitats mecàniques d'aquesta feina han anat desapareixent. Llavors, és difícil pensar que aquesta pot ser una professió que en el futur pugui tenir els nivells de feina que havia tingut en el passat, però no està gens clar quins seran els seus nivells de feina quan s'aconsegueixi consolidar una mica més el sector des del punt de vista econòmic. A més, hi ha una altra dada que ens crida l'atenció: quan preguntem per les causes de les pressions, tradicionalment es deia que eren pressions polítiques, econòmiques, i tal, però des de fa un parell d'anys hem inclòs també si les causes de les pressions eren els interessos particulars dels propietaris de les empreses i els seus directius. I ens hem trobat amb què la principal causa de les pressions és precisament aquesta, superior a les pressions polítiques o econòmiques. Hi ha més cops que els responsables dels mitjans que et venen dient: "escriu sobre això" perquè s'han reunit amb algú que coneixien, i es posen d'acord per publicar alguna cosa. Però són més interessos particulars de les empreses i els seus directius, que no pas interessos econòmics que pressionen sobre els mitjans o polítics que pressionen sobre els mitjans. He cridat l'atenció sobre això perquè em sembla un tema important. I ja, des del punt de vista de l'ètica, hi ha tot el tema dels que cedeixen a les pressions, l'autocensura.

F.4 Transcripció de l'entrevista amb Eva Jiménez

La precarietat laboral ha de ser un factor a tenir en compte quan s'analitza l'ètica periodística?

Rotundament, sí.

Pot especificar en quina mesura?

La precarietat és una condició que condiona, valgui la redundància, la possibilitat d'exercir un bon periodisme. Jo penso que, quan estàs preocupat per sobreviure, per tenir un sou i una estabilitat laboral que et permetin cobrir les necessitats bàsiques, tot el temps que t'absorbeix la supervivència... no és que sigui determinant, però sí que et costa més pensar en altres tipus de qüestions més relacionades amb els ideals o els valors. Tampoc és una excusa, i no serveix per justificar una mala praxi des del punt de vista ètic o deontològic, però sí que ajuda a entendre-ho. Si estàs preocupat per menjar, no tens la capacitat de distanciar-te una mica de les teves necessitats i anar una mica més enllà; deixar de pensar només en tu i pensar també en els altres. Perquè al final, per a mi, l'ètica és posar-te en el lloc de l'altre. I si estàs massa preocupat, hi ha massa "soroll" dins teu, és complicat que et puguis preocupar per la resta: és a dir, preocupar-te per la ciutadania i per la funció del periodisme vers la ciutadania, perquè estàs tan preocupat per tu mateix i per la teva situació familiar, personal, etc, que és clar, és complicat. Però és el que dic: s'entén però no es justifica. Amb la crisi econòmica que hem viscut, i amb la precarietat i inestabilitat laboral que pot haver-hi en aquests moments, podríem justificar que els professionals de qualsevol àrea, no només els periodistes, podrien fer qualsevol cosa, i tampoc és això.

Fins a quin punt creu que és important, en aquests moments, l'ètica periodística per a les empreses?

Uff, en aquests moments... A veure, veient una mica la història de l'ètica periodística a Espanya, que és el que vaig estudiar més en la meva tesi, sempre tendim a pensar que el moment actual és, depenent de la persona, el millor dels possibles o el pitjor dels possibles. Jo veig que cada època té les seves dificultats i que l'ètica periodística és quelcom que afecta el desenvolupament personal i al desenvolupament social, per dir-ho

així. És una qüestió que em sembla clau en qualsevol època i circumstància. Això, en global. Però mirant aquí, passat el franquisme, és cert que hi ha estudis sociològics que diuen que al principi els periodistes teníem una credibilitat molt alta, que l'opinió pública tenia en alta estima els professionals de la informació, però amb els anys ha anat baixant i hem entrat en una crisi de credibilitat. Sembla que ara mateix estem en moments baixos de credibilitat, o com a mínim no tan alts com en l'època de la Transició. Si mires l'Informe Anual de la Professi3 Periodística de la FAPE, quan els professionals valoren la independència, al final estem tots suspesos. No ens posem més d'un 4, pràcticament mai arribem a un 5. Hi ha coses que també revelen un cert estancament en temes importants independentment de l'època. Però si parlem d'idealisme, quan s'arriba al 100% de compromís? És complicat, la veritat. Crec que vivim en un moment especialment difícil, que la crisi ha afectat les condicions laborals, i això pot afectar a l'ètica, però jo crec que la crisi de credibilitat ja venia d'abans.

I creu que per a la ciutadania és important, l'ètica?

Dit amb aquestes paraules, no, perquè ningú diria: "Per a mi és important l'ètica". A vegades, a nosaltres, els que estudiem l'ètica i la deontologia, ens encanta parlar en aquests termes, i ens entenem entre nosaltres, però quan parles amb un periodista o amb un ciutadà ningú diu: "Jo aspiro a ser una persona molt ètica" o "vull uns periodistes que siguin molt ètics". Però bé, jo crec que d'altres maneres sí que ens ho diuen: sabent llegir quan els mitjans manipulen, o són sensacionalistes... Un exemple és el que tenim aquí, amb el conflicte Catalunya-Espanya, quan has sentit que diuen: "Oh, és que aquests manipulen, aquí no hi ha pluralitat, m'estan tergiversant les coses...". Al final, què ens estan dient? Doncs: "Jo vull professionals de qui pugui fiar-me". És a dir, que volen professionals ètics, encara que no ho formulin d'aquesta manera.

És a dir, que la ciutadania demana un mínim de credibilitat, que els periodistes facin bé les coses?

Sí, el que passa és que s'ha de separar: una cosa és el periodista i l'altra és el mitjà. Qui no vol credibilitat? En general, algú vol que l'enganyin? Jo crec que no, a ningú li agrada que l'enganyin. D'altra banda, cal tenir en compte que el periodisme és una professió que està molt exposada a l'opinió pública. No és com altres professions, en què, si hi ha un problema, se n'assabenten les persones afectades i ja està, sinó que les denúncies que ens fan als periodistes quan fallem es veuen més, són més públiques. Però vaja, jo crec que

ho demanem a qualsevol professional: a un metge, a un flequer... a tots els demanem una certa qualitat. Tots volem que ens tractin bé i amb respecte, que no ens donin gat per llebre i aquestes coses.

Com a ciutadans, volem que ens ofereixin el màxim de qualitat possible?

Bé, això no ho sé. Volem que no ens menteixin, llavors ja qualitat... s'hauria de veure. Moltes vegades, quan s'analitzen audiències, o vendes de mitjans, o visites en mitjans digitals... Què clica més la gent? I aquí està la qüestió de l'interès públic o l'interès del públic. Es poden fer grans peces periodístiques que no tenen tanta audiència. Però com tot a la vida, ha de ser un sistema de corresponsabilitat: quin percentatge correspon als periodistes, quin als ciutadans, quin als propietaris o accionistes dels mitjans de comunicació...? És complicat de determinar, però la responsabilitat ha de ser compartida.

Ha parlat de clic-bait, crisi i precarietat. Quins altres efectes creu que ha tingut la precarietat en les informacions que surten publicades?

Bé, joestic al Sindicat de Periodistes de Catalunya, i veiem que molts empresaris de la comunicació han aprofitat la crisi per solucionar o per tapar una mala gestió. Per no assumir la seva responsabilitat, sinó traslladar-la als treballadors. Un aspecte que s'ha vist molt és com han acomiadat grans periodistes veterans, que són els que més saben i que poden aportar més qualitat, i que també són els més crítics i els que estan més disposats a qüestionar certes polítiques o certes estratègies. I aquestes persones se n'han hagut d'anar al carrer per prejubilacions, acomiadaments... per tant, aquest tipus de situacions han afectat tant a la feina com a l'ètica dels mitjans. Ha estat un aspecte molt comentat i criticat. I a la inversa: en fer fora els professionals que són més experts i més crítics, i que per suposat tenen un sou molt més elevat, què has aconseguit? Contractar, subcontractar o obligar certs periodistes més joves a fer-se autònoms, o falsos autònoms, i així t'estalvies molts costos. I això ha estat a canvi de perdre qualitat o perdre responsabilitat. Això és quelcom que m'ha vingut ara al cap com un efecte clar de la crisi. I el que hem comentat: cada cop es paga menys, hi ha més inestabilitat... perquè ara, amb la reforma laboral del PP, els acomiadaments són una mica més fàcils. Per tant, hi ha una sèrie de circumstàncies que fan que els periodistes estiguem més preocupats per sobreviure que pel que estem oferint als ciutadans. Aquest és un efecte clar de la precarietat.

Creu que, en l'àmbit de l'ètica, es comporta diferent un autònom que treballa des de casa seva, sense socialitzar-se amb els companys de la redacció, que un professional que està contractat i té contacte habitual amb altres periodistes?

No es pot generalitzar, perquè cada persona és un món i suposo que hi haurà autònoms que siguin grans professionals des del punt de vista de l'ètica i la deontologia, però és veritat el que tu dius: sí que veig clar que un autònom està sol, i això vol dir que no té una redacció a les seves espatlles que el pot assessorar a nivell de qualitat, de donar consells, ajudes, contactes... i a nivell d'instruments d'autoregulació, com pot ser un comitè d'empresa o un estatut de redacció al qual apel·lar, probablement no coneixin tant els recursos que tenen, així com tampoc els puguin fer valer tant com una persona que està en plantilla. Sempre s'ha dit que la unió fa la força, i en la mesura que estem més dividits... Això al Sindicat ho veiem molt clar: els autònoms són el graó més dèbil de la cadena, i al final, és clar, és una figura que es troba sola. Jo he escoltat gent que em diu: "Em paguen a tant la peça, he d'aconseguir visites com sigui i ho he de treure d'on sigui. Per tant, potser ho exagero una mica, ho poso una mica més així, faig un titular una mica més cridaner perquè m'ho comprin...". Passen aquest tipus de coses, que també poden passar en plantilla, però en estar més sol, no et pots defensar tan fàcilment.

Vostè és membre del Sindicat de Periodistes. Per què creu que les ràtios d'afiliació i col·legiació dels periodistes són tan baixes? És falta de confiança en els col·legis i els sindicats?

Quina gran pregunta, aquesta. Jo soc de les que estic convençudíssima que units aconseguirem més coses que per separat, però és cert que hi ha una crisi d'afiliació, de col·legiació... d'associacionisme en general. Aquí hi ha molts factors, i no sé dir-te quin pesa més. Diuen que som una professió força egocèntrica i individualista, perquè a vegades ens conformem a signar, només amb què surti el nostre nom en una publicació ja ens conformem, sobretot al principi, quan sortim de la carrera, que diem: "Oh, firmar ja em val". Ens conformem perquè aquest tipus de cosetes ens alimenten l'ego. D'altra banda, nosaltres ens considerem treballadors intel·lectuals i al final també som obrers. Potser ens considerem una cosa que no som tant, o hi ha molts perfils professionals i pot ser que alguns estiguin allà. Aquest pot ser un factor. També hi ha una certa desconfiança cap a aquelles institucions que han fet tradicionalment d'intermediàries: l'església, els sindicats, els partits polítics... A més, crec que les noves tecnologies, Internet, tot aquest

món digital... també ha interromput amb molta força i potser no ens hem sabut adaptar o aprofitar al 100% aquestes noves eines per comunicar-nos, organitzar-nos i defensar-nos. I la reflexió que tenim a la junta del Sindicat és a veure com ho podem fer per mobilitzar-nos i per animar la gent independentment d'on estiguem cadascú de nosaltres. És que les institucions que defensem els periodistes anem molt per separat. A mi, una cosa que em crida l'atenció és que, en una crisi tan forta com la que hem viscut, amb tants acomiadaments, rebaixes en les condicions laborals... com pot ser que les institucions que representem als periodistes no hàgim sabut unir-nos, fer-nos forts, i lluitar junts? I penso que al final, quan no aconseguim mobilitzar-nos per una causa comú superior a nosaltres, és perquè hi ha molt d'interès o molt de *xiringuitisme* o diga-li com vulguis. I no poso la culpa ni a uns ni altres, però penso: "Ostres, si al final estem units en això, és igual de qui sigui la iniciativa. És igual qui posi el logotip, el nom... l'important és que ho aconseguim". Però pot ser que això els periodistes també ho hagin vist i hagin pensat que aquí tothom busca el seu benefici, el seu interès, però que ningú pensa en el col·lectiu. Perquè amb la que ha caigut, que seguim cadascú pel seu costat no parla gaire bé de les associacions de periodistes. Encara no ho entenc, per què passa, però entenc que els periodistes puguin dir: per què he d'escollir entre quatre associacions? Per què no n'hi ha una de sola? Doncs mira, aquí estem.

Diferents associacions d'Espanya han presentat al Congrés la proposta perquè la col·legiació sigui obligatòria.

A veure què passa. Va ser el 1985 que es va tirar enrere la possibilitat de col·legiació obligatòria. Jo crec que els climes socials canvien. Abans hi havia gent que pensava que la millor llei de periodisme és la que no existeix, i ara ja veuen que sense una mínima regulació les empreses no canviaran res. Jo crec que hi ha un canvi, i potser entre 1985 i 2018 pot haver-hi hagut un canvi de mentalitat, però hem d'anar tots a una. Els polítics se solen fer enrere quan hi ha divisions, ells volen que hi hagi consens perquè no volen que cap mitjà de comunicació els aparti. Llavors hi ha d'haver molt de consens, i s'ha de mirar bé.

Creu que els actuals instruments de regulació i autoregulació són suficients per protegir l'ètica davant totes les amenaces derivades de la precarietat laboral?

Si és autoregulació, té l'eficàcia que pot tenir l'ètica. La iniciativa sorgeix dels que volen autoregulació, que ells mateixos estableixen les seves normes, els seus principis i els

organismes per vigilar o supervisar que s'estan complint. Per tant, té l'eficàcia que té. Si no, ja és una altra cosa: seria el dret. Per tant, la deontologia té l'eficàcia que té, que és alhora la seva grandesa i la seva misèria. L'ésser humà és capaç de fer coses meravelloses i també de fer grans barbaritats. No estem parlant de dret, per tant, la sanció que hi ha no és més de la que diuen els manuals: remordiment, sentiment de culpa, vergonya pública... una sanció moral, una exposició pública del cas, la resolució. Jo, com que crec molt en l'ètica i la deontologia perquè crec molt en la persona, segueixo pensant que això té el seu valor. Que les coses surtin de forma voluntària segueix tenint valor, molt de valor. Què passa? Que òbviament no és suficient, i per tant aquí què falta? Doncs potser una regulació de mínims, molt de mínims, en la qual poguéssim posar-nos tots d'acord. Això ja s'ha intentat, amb el projecte d'Estatut del Periodista, però al final, per una cosa o l'altra, no ens posem d'acord i no es fa res. Si es pogués arribar a una legislació de mínims que digués que l'empresa ha de reconèixer això, i que hi ha d'haver aquest instrument i complir-se... però això ja no seria deontologia, sinó que estariem parlant del dret, que també és súper legítim i súper necessari. Hi ha persones que diuen: s'ha d'obligar a aplicar la deontologia. I jo dic: d'acord, però llavors no li diguis deontologia, anomena-ho co-regulació, heteroregulació... però no desvirtuem el que té de bonic el fet que aquest tipus de coses sorgeixin de la pròpia professió.

Creu que un dels problemes és que la deontologia apel·la bàsicament al periodista de base, i que en canvi les empreses, els consells editorials, etc. no es veuen tan interpel·lats, de manera que hi pot haver una diferència entre les obligacions del periodista i el que demanen els “de dalt”?

Això és una altra cosa. Nosaltres parlem de deontologia i autoregulació periodística, però no parlem de deontologia i autoregulació dels propietaris dels mitjans de comunicació, que això ja seria un altre decàleg. Però això hauria de sortir d'ells. Com que d'ells no surt... perquè és el que dèiem que és bonic de l'ètica i la deontologia, que surt voluntàriament, de comprometre's amb quelcom que es considera important. I si això no surt voluntàriament, doncs haurà d'intervenir el dret, una altra instància, per dir a aquestes persones: “Com que vosaltres no us autoreguleu, posarem uns mínims perquè el més dèbil de la cadena, que és l'autònom o *freelance*, està totalment desprotegit i això està afectant la qualitat de la democràcia, a la qualitat de la informació i del debat públic”. Però és veritat: codis de directius... bufff. Alguna cosa hi pot haver en els estatuts de redacció, però és cert que poques vegades es pensa en el directiu, es pensa més en el periodista.

Vinculat a la seva tesi: es dona suficient formació deontològica a les facultats a nivell ètic, o se'ls forma molt en temes tècnics i no tant en qüestions ètiques?

Jo vaig analitzar els plans d'estudis i es veia clarament que les universitats privades tenien més assignatures relacionades amb l'ètica i els valors que les públiques. Per exemple, recordo que, durant molts anys, la UAB no tenia cap assignatura relacionada amb l'ètica i la deontologia. Això em va sorprendre molt, i l'últim que vaig veure amb la tesi, que data de 2016, va ser que a la UAB hi havia una assignatura de dret i deontologia, però a mi em sembla que no tocar ètica és com no tocar el cor de l'assumpte. Jo crec que una assignatura d'ètica i deontologia és insuficient, perquè si mires les assignatures de tipus teòric i tècnic, hi ha una descompensació, un desequilibri amb les assignatures de caràcter ètic. Guanyen per majoria les teòriques i les tècniques a les ètiques. Per tant, em sembla insuficient. I crec que encara hem de millorar molt, els acadèmics. Per la part que em toca com a professora, hem de millorar molt. Per exemple, en les enquestes, una resposta molt comuna era que l'assignatura era avorrida, allunyada de la realitat, i que volien casos pràctics. Però un cas pràctic no és posar un o dos exemples i debatre'ls a classe, sinó que en una escola de negocis pot requerir sis mesos. No sé per què, l'ètica no és una prioritat per a algunes facultats i per a alguns professors. Alguns alumnes diuen: "Això és una maria que s'aprova amb els ulls tancats", i això a mi em posa molt nerviosa, perquè insisteixo molt en la importància d'aquest assumpte. Penso: això és la clau. Jo, als meus alumnes, els dic: "Amb tot el que has après i el que saps fer gràcies a la part teòrica i tècnica, ara diga'm per què, per a qui". És la decisió última de per què fer les coses. Has de tenir clar per què fas una cosa: Només per guanyar un sou? Per poder firmar? Perquè realment penses que fa falta més diàleg i més informació perquè la gent pugui prendre millors decisions i hi hagi més humanitat? Per poder tenir ciutadans més crítics i responsables? Hi ha molts nivells de sentit o de motivacions a l'hora de decidir, i això és fonamental per a mi. Crec que no s'està fent tan bé com es podria fer. No dic que s'estigui fent fatal ni molt menys, perquè tampoc m'he posat a fons en les classes de cada professor, però pel que contestaven els periodistes que vaig enquestar, les sensacions eren aquestes: que era una assignatura avorrida, una "maria"... això vol dir que hi ha molt marge de millora i aquí entren en joc altres qüestions com el "currículum ocult": pot haver-hi una assignatura d'ètica molt bona amb un professor o professora molt bons, però si tota la facultat no té una mateixa línia, una coherència, uns valors clars... doncs al final hi ha contradiccions i acaba guanyant el sistema. Si jo aposto per una assignatura, però a la

facultat s'està fent el contrari, veus que no hi ha aquells mateixos valors que es defensen a classe, jo qüestiono el que se m'està ensenyant i no lluitaré per aconseguir-ho. Llavors, per exemple, temes d'associacionisme, de fer front comú... no s'aposta gaire des de les facultats per aquest tema, sovint s'agafa una postura molt individualista, no es veu el conjunt, el context, les circumstàncies, la possibilitat de fer coses junts...

Creu que tot el model periodístic actual tendeix cap a l'individualisme, sobretot amb la proliferació d'autònoms?

Clar. No es creen llaços forts, cadascú tira pel seu costat... i al final acabem tots perjudicats, inclosos els ciutadans.

Creu que hi ha massa universitats que ofereixen la carrera de Periodisme tenint en compte l'oferta laboral que després existeix?

No és un tema gens fàcil, és molt delicat. Existeix la llibertat de mercat, de manera que cadascú pot estudiar el que vulgui i si després no té sortida el mercat ja li dirà que no. Aquí hi ha unes discussions grans. I aquí entra també el tema de la responsabilitat: potser jo ho faig en aquesta facultat i tinc alumnes, perquè és una carrera apassionant, bonica, que pot atraure alumnes, però també he de ser conscient i he d'informar bé al meu client, al meu alumne, que lamentablement molts cops és més client que alumne, de quines són les seves sortides professionals quan acabi. I no confondre el periodisme amb la comunicació, amb la persuasió o amb la ficció. Perquè moltes vegades això tampoc queda molt clar, i al final anomenem periodisme a "copiar i enganxar" una nota de premsa. O no distingim una notícia d'un publireportatge. Hi ha coses com el *branded content*, que estem en un període d'hibridació: utilitzem tècniques similars per a finalitats diferents, i aquí estem confonent la gent, i ens estem confonent també a nosaltres mateixos. Sí, les finalitats són diferents: una cosa és informar, l'altra persuadir i l'altra entretenir o transmetre veritats antropològiques, com una pel·lícula sobre la condició humana. L'*storytelling* utilitza tècniques del món de la ficció potser per informar, entretenir... però diga'm què pretens exactament, perquè si no em pots confondre, i això també és un abús de la bona fe del ciutadà. Això explicaria una mica allò que comentàvem abans, aquesta crisi de credibilitat o aquesta situació crítica que estem vivint el periodisme, que no em sembla ni més ni menys crítica que altres vegades, perquè a la història hi ha molts moments crítics.

El perfil de periodista precari que es traça més habitualment és el de dona, jove i que treballa en mitjans digitals. Des de la seva experiència, ha pogut comprovar si és així?

A veure, si ho diuen les estadístiques, jo no ho desmentiré. És un fet que en el món la pobresa afecta més a les dones que als homes, ho veiem en termes globals, que la bretxa de gènere existeix... en aquesta professió, a més, hi ha molt poques dones directives, en els mitjans de comunicació. Per tant, sí que crec que hi ha uns indicadors que mostren... al cap i a la fi, el periodisme no fa més que reflectir una part de la societat, mostra les incoherències que hi ha en aquesta societat. Si les estadístiques diuen això, doncs serà que és alguna cosa així. No desentona amb altres estadístiques més globals.

Parlant dels seus alumnes: l'existència de pràctiques no remunerades pot perjudicar el mercat laboral dels periodistes?

Bufff, aquest és un altre tema molt delicat. Aquí hi ha, també, molta feina per fer. Perquè és clar, també s'ha de mirar cas a cas, però en línies generals l'empresa diu que l'alumne està aprenent i per tant no ha de tenir els mateixos drets que un treballador. Però després et ve l'alumne i et diu que està fent el mateix que un redactor en plantilla, només que de forma no reconeguda. I això genera unes perversions. Com que els ciutadans es queixen poc i segueixen consumint els mitjans, o hi ha molts mitjans estan subvencionats, no està tan clar que baixant la qualitat es perdi tanta audiència, de manera que al final fan comptes i veuen que hi ha alumnes que els surten molt més barats que un treballador en plantilla. I com que la qualitat no els importa tant perquè no veuen una consciència social que els l'exigeixi, perquè la publicitat institucional els està salvant, aquí hi ha molt a fer. I torno al que deïem abans: aquí hem d'estar tots a una. El que és formació, és formació, i hi ha d'haver uns indicadors clars per fer un seguiment del procés d'aquella persona que s'està formant, perquè realment aprengui i no hi hagi un abús. Hi ha molt per fer, però quan no ens posem d'acord en alguna cosa és perquè hi ha molts interessos. I és clar, suposo que algunes universitats no voldran perdre aquella falca publicitària de poder dir: "80% d'inserits al mercat laboral en els primers sis mesos després de la graduació". És necessari que l'alumne faci pràctiques, perquè aprèn moltíssim. Però quan hi ha un cas en què no és així, cal asseure's totes les parts implicades, posar-se a dialogar i fer una suma positiva per tal que totes les parts hi guanyin alguna cosa sense que ningú abusi de ningú. I que es vegi no només com un tema a curt termini, sinó que també es vegi a mitjà i a llarg termini,

perquè el que estem comentant és que a curt termini, l'estudiant aconsegueix les seves pràctiques i guanyar experiència, però a mitjà termini, està per veure si es queda o no al mitjà perquè tampoc hi ha tants llocs de treball, i a llarg termini la professió va perdent qualitat.

Abans era un sistema més directe: els estudiants feien les pràctiques en algun mitjà o gabinet, i si no ho feien molt malament, tenien opcions de quedar-se. Creu que ara és molt més complicat?

És clar. Abans, hi confiàvem tots: si faig pràctiques, em quedaré. Si faig el que em demanen, em quedaré. Si treballo 14 hores al dia, em quedaré. I al final, l'empresa veu que hi ha gent que treballa al 200% i no es crema perquè no la contracta i sempre s'ha d'esforçar. S'hauria de veure cas a cas, facultat a facultat, però hem de "posar mà" en aquest tema.

F.5 Transcripció de l'entrevista amb Roger Jiménez

El periodisme ha estat sempre una professió precària, o ha empitjorat en els darrers anys?

Bé, òbviament ha empitjorat, perquè la crisi es va fer notar i hi ha altres factors molt directament relacionats amb el sector: Internet primer, la premsa gratuïta, la pèrdua del sentit del model de negoci per part de la premsa convencional... en el seu moment, atabalades i absolutament desorientades amb la crisi, moltes empreses no van saber reaccionar. Destaca l'absència d'un criteri concret, allò que es diu *paywall*, per rendibilitzar la versió digital dels diaris. I és clar, a causa de la meua edat i a la meua trajectòria periodística, evidentment estic parlant de premsa convencional, però podem parlar també tranquil·lament de la nova premsa, de la digital. I tot això ha creat un estat de situació absolutament negatiu per a la premsa. S'estan recuperant llocs d'ocupació, però no són estrictament periodístic de treballar per un mitjà. En canvi, sí que totes les empreses, partits polítics, polítics importants... tenen un dircom, un o una cap de comunicació. Però és clar, són periodistes que estan a l'altre costat i naturalment, quan els seus col·legues que estan treballant en mitjans de comunicació volen rebre informació, han de passar pel control o el contacte amb aquests col·legues seus, que són els dircom. Hi ha la comunicació d'empreses, partits polítics, organismes, organitzacions, ONG... totes tenen el seu cap de premsa. Per tant, sí que s'han creat llocs de treball. Ara, tu em preguntaves si la precarització ha estat sempre així: rotundament, sí. Perquè el mercat laboral no és elàstic, com tota activitat té uns límits i el sector no s'eixampla, per més que vulguis intentar-ho. Jo he vist, he conegut, centenars d'aventures periodístiques que no han pogut o no han sabut fer-ho d'acord amb les circumstàncies i d'acord amb un model de negoci, com et deia, i tampoc amb un sentit de realitat o de realisme que ha fet que moltes d'aquestes coses no tiressin endavant. Algunes, tot s'ha de dir, estaven a l'empara de grans grups de comunicació, de manera que tampoc passava res, la casa matriu no patia, si deixaven de treure un producte que el que pretenia era competir amb altres productes similars. Per tant, precarització n'hi ha hagut sempre. Però si s'havien perdut 10.000 llocs d'ocupació d'ençà de la crisi de l'any 2008 –ho estic dient de memòria-, doncs que crec que se n'han recuperat bastants. Però no recuperat en el sentit de tornar als mateixos que hi havia, sinó de crear nous llocs d'ocupació.

Aquests llocs de treball són igual que els que hi havia anteriorment o són més precaris? (amb un major nombre d'autònoms, contractes temporals, etc.)

També hi ha periodistes que es van quedar a l'atur que s'han espavilat i han creat els seus propis mitjans. Hi ha blocs interessants que han trobat una sortida, que tenen publicitat, i diaris digitals amb molta cura des del punt de vista empresarial, alguns dels quals han tingut la valentia i la capacitat d'obtenir diners a partir de *crowdfunding*. Tenim uns quants exemples, aquí. Conec uns quants periodistes que són directors d'ells mateixos, que sobreviuen i que no sobreviuen malament, en el sentit que no és una economia simplement de guerra, sinó que poden endegar projectes dins dels seus límits i capacitats. I sempre ha sigut així, en tots els oficis i a totes les activitats.

La crisi que pateix la premsa a Catalunya és la mateixa que a Espanya i al món Occidental o té alguna particularitat?

L'especificitat pròpia de Catalunya és que és més petit, òbviament, i que té menys mitjans, i per tant no té aquestes sortides escandaloses que a vegades es produeixen a Madrid, on hi ha el poder centralitzat. Allà hi ha molts mitjans de comunicació on hi ha tertulians, hi ha *submitjans* en el sentit que estan supeditats a altres mitjans i gent que treballa, encara que no ho digui, per a aquests mitjans de manera paral·lela, amagada... i tot plegat crea una constel·lació, una galàxia, que aquí no tenim. Aquí ja sabem qui som tots i qui és qui. Aquí, al Consell de la Informació, es donen d'alta de tant en tant sobretot webs o mitjans subsidiaris d'altres mitjans, però aquí es va sempre amb més cautela, es mesura més el risc, les possibilitats, i sempre s'intenta anar sobre segur. Sempre hi ha casos com Público, en què [Jaume] Roures l'abandona i es dedica més aviat a fer diners amb el futbol, i Público queda d'una manera residual, només limitat a la xarxa. Poso aquest exemple com en podia posar d'altres. Però el normal és que aquí s'estudiï prèviament, es faci un estudi de mercat, i normalment és bastant encertat. Hi ha aventures i aventurers, i hi ha diaris digitals, per exemple, que es dediquen a extorsionar, dins del seu àmbit, poders públics i municipals. Els extorsionen miserablement en el sentit de dir: "No publicarem res de la festa major si no hi ha anunci", o no farem tal cosa. Bé, potser he dit "miserable" i no seria aquesta la paraula, però sí que són de *poca monta*. El tema de la precarització també ve donat perquè aquest no és un país de lectors, però mai ho ha sigut. Abans, perquè hi havia l'analfabetisme, durant les èpoques de la República, i la premsa era absolutament opinativa. Era propagandística. Els editorials anaven a la portada i, com que no hi havia

noves tecnologies, la gent s'amarava més aviat d'ideologia, i cadascú comprava el diari que era més afí al seu punt de vista. Després, un cop el país s'ha deixat anar, ha anat adquirint més entitat, l'ensenyament ha prosperat absolutament i ara és difícil trobar un analfabet, però això no vol dir que la gent llegeixi: no es llegeixen llibres, no es llegeixen diaris... si els diaris i la gent s'hagués mantingut fidel a les seves capçaleres, no hi hauria hagut aquesta crisi. En l'època de Franco, els 120 diaris de l'Estat espanyol devien tirar dos milions d'exemplars, i ara la situació està igual. A més, molta gent ja se sent informada amb un tuit o amb les xarxes socials, i prefereix beure d'aquestes fonts en lloc d'informar-se detalladament d'una premsa que hauria de ser –però no tota ho és– explicativa, fonamentada, amb bons opinadors, amb bons intèrprets de la realitat, i sobretot amb gent que sàpiga traslladar al gran públic els efectes de la realitat: Què ha passat? Per què ha passat? Què pot passar a partir del que ha passat? Són les fites importants que s'ha de plantejar això, però aquesta reflexió existeix molt poc. I quan s'ha intentat recuperar aquest territori, no s'ha recuperat Internet perquè ja estava venut, s'ha donat tot gratis. No s'ha recuperat el model de negoci perquè hi ha un desconcert, no s'ha recuperat aquesta idea de premsa interpretativa, explicativa.

Considera que hi ha, doncs, un creixent divorci entre la ciutadania i els mitjans de comunicació?

Sí, el públic va abandonant els mitjans de comunicació, però també els mitjans de comunicació estan abandonant el públic. Jo, quan veig un telenotícies, la veritat és que pateixo, perquè és tot macabre, un serial de sang i fetge. I a totes les cadenes, eh, fins i tot les nostres. Comença i acaba amb morts, ferits, bronques, esclats de tota mena, situacions límit... no s'està donant una versió serena, encertada. És allò que dèiem abans de premsa opinativa/interpretativa, no s'està oferint la cara i la creu amb un equilibri informatiu. La manera com se seleccionen les notícies, com es jerarquitzen, com s'editen, com es publiquen... Aquí, els directors i editors de premsa pensen que el que crida és això que et deia abans, sang i fetge, situacions que portar el públic a l'extrem. I això no vol dir que s'hagin de donar exclusivament bones notícies, perquè n'hi ha de bones i dolentes. El que s'ha de saber és oferir coses que s'han fet i que són positives. Hi ha gent interessant que cada dia s'esforça a dir coses, i això no té el seu reflex als mitjans, normalment. Ahir, per exemple, saltava la notícia que un equip mèdic d'aquí i de Madrid han aconseguit sintetitzar el virus de la sida. I això és una gran notícia, però de seguida tornem que si Pedro Sánchez això, i no sé què diu l'altre, i la gent que està a la presó, i cada dia ho

tenim... i és veritat, que estan a la presó, però també és veritat que hi ha altres coses que no es diuen.

Considera que s'ha tornat a una premsa més polititzada?

Hem de tenir en compte una cosa: abans, qui influïa era el poder polític. Jo recordo -quan estava en actiu, que els diaris estaven força bé- que estava a La Vanguardia i rebia moltes trucades de gent que estava al capdavant de la política: els caps de govern, consellers, ministres de Madrid... La Vanguardia tenia una redacció molt important a Madrid -ara encara la té, però no tant-, i hi havia un afany d'intervencionisme de la política... Jordi Pujol era un polític obsessionat amb els titulars, trucava al primer redactor en cap de Catalunya, però és clar, no tot sonava com l'Escolania de Montserrat. La naturalesa de la premsa, el seu caràcter, és vigilar els poders públics i privats (econòmics). Aixecar el llit quan hi ha alguna irregularitat, quan es veu que hi ha alguna cosa que no funciona, o quan hi ha algú que s'ha desviat, o quan hi ha un conflicte d'interessos... tot això, la premsa ho ha de dir. I és la seva missió, perquè si no, tot sonaria com l'Escolania de Montserrat. La premsa ha de vigilar a uns i els altres, i dir la seva quan veu que no hi ha un comportament lògic. Abans, et deia, la política manava molt a la premsa. Però ara ja no mana la política, sinó que manen els poders econòmics. I així, no és estrany que una emissora de ràdio o un programa de televisió, teòricament informatius, s'interrompin un moment per fer una falca publicitària. O que un diari surti amb una portada amb un Audi, o amb un producte de luxe. I d'això, dius: "Home, no passa res...", però sí, sí que passa. S'està privant els lectors de coses que estan passant. La portada d'un diari, per exemple, és un aparador. Si tu vas pel passeig de Gràcia i veus un aparador, et crida l'atenció el que hi ha exposat: si hi ha un producte electrònic, de roba... I si el lector un es troba amb un Audi, o un Nissan, o un producte X, el que sigui... jo, si vull rebre un anunci, ja te'ls intercalen d'una manera bestial quan estàs treballant a la xarxa, i amb això ja n'hi ha prou. És clar, un empresari et dirà: "És que jo haig de viure, i no tinc més remei: Banc Santander, les beques Erasmus, la Seat, un nou model, una nova idea...". Tot això fa que es moguin molts diners, com abans passava amb els anuncis de contactes. Temps enrere, els diaris tenien petits anuncis pels quals ingressaven un dineral: no només de contactes, sinó també borsa de treball, compravenda, intercanvis de coses... hi havia de tot. Eren els anuncis de contactes, que la gent assenyada -com el públic de La Vanguardia, que és de classe mitjana, catalana, que no vol ensurts, com un botiguer o un professional- es queixava, protestava, que com pot ser que surti un anunci barroer, groller, parlant d'un

travesti que és capaç de fer el que sigui per 50 euros...? Doncs el que responia la gerència -en definitiva, la propietat-, és que allò representava, a finals d'any, uns milions d'euros, i que d'això no es podia prescindir. Per tant, si abans era el poder polític, ara és el poder econòmic. Indro Montanelli, a qui vaig conèixer perquè vaig estar de corresponsal a Itàlia, va ser un home que va morir pràcticament centenari, que estava a Milà i allà feia unes entrevistes en un canal privat que es diu La7, i parlava sense embuts. Però és clar, ell s'ho podia permetre, des del punt de vista de la gent jove. "Montanelli s'ho podia permetre", deien. Però compte: s'ho podia permetre per l'edat, perquè tant li era el que poguessin dir el Berlusconi, ni el president de la República, ni els periodistes, ni els partits polítics, ni ningú, perquè ja havia superat aquesta línia d'autocontenció i autocensura que tots hem tingut i tenim, d'alguna manera. "Què passarà, quins efectes tindrà això, de quina forma reaccionaran...?". Ho hem pensat tots, però ell deia les coses com les sentia. Es va arruïnar completament, perquè es va barallar amb Il Giornale, de Berlusconi, que era el tercer diari del país, després d'Il Corriere della Sera i La Repubblica. Quan jo vaig anar a Roma l'any 2000, tiraven 400.000 exemplars. No l'audiència que es compta ara, els lectors, etc, sinó còpies reals, venudes. La Repubblica en tirava 750.000 i Il Giornale, 400-450.000. Ja els agradaria, a molts, tenir aquests números. Quan ell es va fer càrrec de la direcció d'Il Giornale tothom l'emprenyava, no el deixaven tranquil, fins que Berlusconi, que era intervencionista, va tenir Mediaset. Quan va ser primer ministre, el conflicte de competències era brutal, perquè ell tenia els canals públics, Rai 1, Rai2, i Mediaset. La7, en canvi, era un vers lliure. Montanelli, quan Berlusconi va intentar intervenir en la línia editorial del diari, va dir: "Prou, fins aquí hem arribat", i se'n va anar. I amb els diners que tenia, amb els seus estalvis, va fundar La Voce, i això és exemplar. I La Voce va durar el que va durar, perquè ell no tenia arrels, no tenia amics, no tenia crowdfunding, no tenia patrocinadors... no tenia res. I allò va aguantar fins al darrer sospir. La Voce es va acabar, Montanelli va explicar les raons i se'n va anar. Llavors vivia de les entrevistes que feia a La7 i d'algunes col·laboracions que feia al Corriere della Sera. Li van oferir La Stanza, que era un espai molt maco, que a mi m'hagués agradat fer, que consistia a rebre cartes dels lectors i ell responia, amb un bagatge històric que tenia extraordinari, una cultura extraordinària, que sabia moltes coses. Després, va passar-se a l'àrea més conservadora de la política i tal. En tot cas, però, ell explicava per què ho havia fet i era conseqüent. Així com hi ha gent que diu: "No, no, nosaltres som d'esquerreres", però resulta que després llegeixes el que escriuen, et preocupes d'escoltar el que diuen, i com es comporten... i resulta que això no encaixa.

Abans de l'estiu vam tenir al Col·legi de Periodistes una jornada dedicada a Manuel Ibáñez Escofet, que el vaig tenir al Correu Català quan jo era becari, que ell n'era director. Ibáñez Escofet era d'aquest mateix tarannà, un home capaç d'admetre els seus defectes, els seus errors, les seves pífies i les seves bronques, algunes indegudes, altres completament lògiques. I anar a la persona a demanar-li perdó, i regalar-li llibres. En canvi, ara, la gent va a toc de xiulet i que ningú aixequi la veu... en aquella època, un periodista era respectat, a la redacció. Home, naturalment, si no era un bord, si no era un ensopit que es dedicava a dir "què haig de fer"... si tenia iniciativa, si portava informació, si tenia una agenda bona, si sortia al carrer...

Creu que s'ha perdut, aquest respecte pel periodista?

La precarització també se la guanyen, alguns. Jo he conegut gent que deia: "Què s'ha de fer, per entrar a La Vanguardia?". Pares de nois joves que diuen: "Escolti, el meu fill hauria d'estar treballant, però està en aquest diari petit, i nosaltres volem que entri a La Vanguardia", que era com la Caixa. La gent volia anar a treballar a la Caixa -ara ja no tant perquè els fan pensar, però abans hi anaven unes hores i tenien 16 pagues!-, i la gent volia treballar a La Vanguardia, que seria l'equivalent en el món del periodisme. Et pagaven i a viure, i d'allà no feien fora a ningú. Ara tot això ha canviat, necessàriament. Aleshores, vull dir-te: precarització sí, però ha de ser una persona respectable. Tornant a Montanelli: deia que el nucli de l'equivoc està a pensar que el fet de treballar en un mitjà públic representa que has d'estar a les ordres del partit del govern, i que si estàs en un mitjà privat, has d'estar a les ordres dels interessos empresarials. Ell diu que tot això és fals, i que ell, que tenia ja un munt d'anys, no coneixia a cap editor de premsa que no respectés el periodista de caràcter. De raça, com si diguéssim. I dir-li: "Escolti'm, sí, sí, vostè em pot fer fora, però això que tinc aquí és *impublicablíssim*". I és veritat.

Creu que el fet que els periodistes siguin cada cop més autònoms, que no estiguin tant a la redacció, que estiguin fent tres feines alhora... els dificulta el fet de poder guanyar-se el respecte davant la seva empresa i dins la seva professió?

És que a mi, quan em diuen, parlant d'ètica, al CIC o amb els defensors del lector... "està molt bé parlar d'ètica, però jo, amb el sou que tinc, no puc fer-ho...". Això és un error greu, perquè aquesta degradació comença per un mateix i acaba perquè ningú et prengui seriosament: ni els col·legues, ni el públic, ni l'empresa tampoc, que t'utilitza. I això és evidentíssim. Mai es donaran les condicions objectives per dir: "Escolta'm, perfecte, ara

ens dedicarem a l'ètica". No. L'ètica es viu o no es viu, i els llibres d'estil, els diaris, el codi deontològic... tot això està ple de pols, sota de l'ordinador, i no te'ls mires. A veure, i tampoc vull dir que hagi d'estar obsessionat a veure què diuen, no. Però saps perfectament que no es pot pagar per la informació, saps perfectament que no et pots deixar subornar, que no pots rebre un viatge gratis en un equip de futbol o en un grup de faràndula i després passar la nota al diari... Associated Press, a la secció d'esports, té un codi que diu les entrades al futbol es paguen. Tu imagina't. I amb relació als regals, ara ja no s'accepten les paneres aquelles escandaloses que passaven abans per les redaccions de diaris, però s'opta perquè les empreses les enviïn al domicili particular de la gent, per Nadal sobretot, electrònica de gamma alta... coses d'escàndol. Si tot això s'accepta, en quina categoria et deixa i quina capacitat de reacció tens si un dia aquella empresa, polític, entitat o organisme que ha enviat tot això comet alguna irregularitat? Com ho direm nosaltres, si és que ho diem, cosa que jo poso en dubte? I estic parlant d'estrenes de cinema, viatges directes a Beverly Hills, llocs d'aquests... llavors, la crítica, quina pot ser?

Vostè és president del CIC. Abans comentava que, cada cop, qui més interès hi mostra són els mitjans digitals. Com ha evolucionat l'interès en relació a l'ètica i l'autoregulació?

Aquí tenim un bon punt de partida. L'any 1992 -jo era a Londres aleshores i no vaig poder participar-hi-, el Col·legi de Periodistes va organitzar un congrés i es va aprovar el codi deontològic. I això ho van signar la pràctica totalitat de mitjans, que es van adherir al codi. I per articular i fer valdre els principis deontològics d'aquest codi, l'any 1997, cinc anys després, es va crear el CIC, que era una delegació del Col·legi per vetllar pel compliment del codi deontològic. I l'any 99, el CIC va passar a ser Fundació. És importantíssim que hi hagi un punt de partida de gent que detecta la necessitat de fer aquest codi, com va passar a la Gran Bretanya. Jo, quan hi era, a finals dels 80 del segle passat, el 1985-89, la senyora Thatcher va amenaçar de legislar per frenar els tabloides, que allà tenen la pitjor i la millor premsa del món. Els tabloides són el Sun, abans hi havia el News of the World, que va caure amb l'escàndol de les escoltes, Daily Mail, Daily Express... són diaris de portades grogues, però aquesta premsa es frenava durant la Guerra Freda. En el congrés en què he estat a Finlàndia, s'ha dit que un dels motius pels quals hi ha aquest menyspreu o aquesta despreocupació actual per l'ètica i els codis és que la gent jove no sap què va ser la Guerra Freda. Jo he tingut alumnes a la Universitat

Internacional que no sabien qui era Felipe González. Un cop va sortir el seu nom i una alumna em va dir: “el president de Costa Rica”, i no et parlo de fa tant. I és clar, no paren de sortir veus que parlen de la precarització, però amb aquestes confusions mentals i amb aquesta cultura... a més, no llegeixen diaris. Jo, en aquella època, agafava els diaris i els pujava de la llibreria, i fins i tot el degà em deia que si no era una despesa que es podia evitar... però de què parlem, si no? Dels temes del dia, del que ha passat, de com ho expliquen...? Però bé, tornant on érem. Que durant la Guerra Freda... a veure, els anglesos tenen coses horroroses, com això de creure-s’ho tant, de fet ara han comès la pífia aquesta del Brexit i volen fer un altre referèndum, que ja és delirant; però tenen dues coses importants políticament parlant: a Westminster es posen a parir, com a tot arreu, per tots els temes, però hi ha dos temes tabú, que són la seguretat del país (contra terrorisme i amenaces, les que siguin), i la política exterior. Això que un vagi a fer la ronda a parlar amb la Merkel i li digui: “Miri què estan fent amb els pressupostos...”, no ho conceben, són nacionalistes i pensen que això ha de quedar entre ells i s’ha de discutir a casa, però de cap de les maneres ventilar-ho fora i fer quedar malament el país, que al cap i a la fi és qui queda malament. Així doncs, la Guerra Freda impedia, en el bon sentit, que es parlés de determinats temes, que es publicuessin coses de personatges notables i polítics del país –la Casa Reial, els més joves, etc.-, perquè perjudicaven directament la reputació del país a fora. Però un cop desmuntada la Unió Soviètica, s’ha acabat la Guerra Freda, ja no hi va haver cap problema en dir que el Carles, fill de la reina Isabel, tenia una amant, i que a més deia quan parlava per telèfon que li agradaria ser un tampax... tot això sortia al The Sun, fins que van dir que això ja no podia ser. Però el fre inhibitori de la premsa amb aquests temes va ser la Guerra Freda, que s’havia de defensar el país. Van sortir els diaris aquests, tot i que també han reduït la tirada. Durant la meua època a Londres, que era el 89-90, The Sun tirava cinc milions. Ara són dos i *pico*, en diumenge una mica més.

L’interès de les empreses en l’autoregulació com a segell de qualitat s’ha mantingut, ha crescut o ha caigut?

Clar, aquí està, precisament, el tema. Una de les coses que s’han vist és que els Consells de Premsa han de ser tinguts en compte. La Unió Europea ara està treballant en un projecte interessant contra les “*fake news*” i la desinformació. I hi ha una senyora molt activa, Catherine Pouille, que és de la Unesco, que està en contacte amb una col·lega de la Comissió Europea per tirar endavant la necessitat que els consells de premsa puguin

assessorar aquest grup de treball de la UE i puguin dir la seva en aquest sentit. I un paper important que s'assigna als consells, i que nosaltres ens hem d'espavilar a fer-ho bé, és ajudar el públic a diferenciar entre la premsa de qualitat i la que no ho és. Tenim molts perills: uns, els algoritmes. Ara, les xarxes socials i el Facebook, Google, Youtube i Twitter, sobretot, estan manipulant al seu aire els algoritmes. Tu entres i veus el que a ells interessa. I això s'ha de combatre, perquè els algoritmes són intrínsecament perversos. I, sobretot, substitueixen la tasca del periodista. El periodista, el que hauria de dir al públic és: "De tot això que està sortint avui a les teles, als diaris, a les tertúlies, al carrer... què és el que em puc creure, allò que de debò està passant". I aquesta és la tasca fonamental, però per fer-la, primer n'has de saber. Moltes vegades, jo he tingut alguns joves benintencionats que treballen, i que ho intenten fer molt bé, però que no tenen cap capacitat expressiva. I si tu no saps interpretar un tema, difícilment el podràs escriure, sobretot si no tens les eines per dir les coses d'una manera clara, sòlida, entenedora i valenta. Però sobretot, clara.

Vostè està satisfet, en general, del grau de compliment del codi deontològic del Col·legi de Periodistes a Catalunya?

Jo mai estic satisfet; però no perquè sigui un neuròtic, sinó perquè crec, i quan era periodista en actiu pensava i ho sentia així, que una moderada dosi d'insatisfacció és convenient. Jo veia molts col·legues que acabaven la tasca i marxaven de cap de setmana pensant que havien fet una cosa collonuda, i es felicitaven com els futbolistes quan marquen un gol. Però jo mai havia participat d'aquestes eufòries, perquè hi ha molta cosa a fer, emprant mitjans *ad hoc* i amb capacitat per fer-ho. Home, estic satisfet en el sentit que estem recolzats per un seguit de mitjans de comunicació als quals s'incorporen més i més xarxes, blocs, webs... que seran de major o menor entitat, però que s'estan incorporant, i això és un bon senyal. Que després dius: "Home, sí, però aquest que està adherit i no ho compleix...". Evidentment, estem sobre aquests casos, sobre aquestes persones, i ensenyem alguna targeta. Però no tenim cap capacitat sancionadora. Així com el Consell de Premsa britànic pot multar amb un milió d'euros als mitjans que se separin seriosament del codi de pràctiques, que en diuen ells; en el nostre cas, la nostra autoritat és purament moral. Només podem publicar a la xarxa la resposta a una queixa, i demanar, perquè no tenim capacitat d'obligar, als diaris que publiquin també una rectificació. Que alguns ho han fet, ja.

Creu que necessitarien tenir capacitat sancionadora?

Jo crec que no, perquè entre altres coses crees un estat d'opinió molt negatiu: “Mira, aquests, el que volen, és fer de guardians”. De fet, fem el que fem per evitar que els poders polítics es facin càrrec dels mitjans. Mira què ha passat amb la Llei mordassa, que havia dit el PSOE, quan estava a l'oposició, que la volia derogar; i ara s'ho estan pensant, i ja estan dient que cal tornar “en calent” a immigrants, migrants, sense papers... i que s'estan mirant això de fer fotos de la policia, impedir als periodistes tenir accés a determinats llocs als quals, per lògica democràtica, haurien de tenir accés. Tot això ara s'ho estan pensant; per què? Doncs perquè és una temptació molt gran. A tots els països, fins i tot a les democràcies amb més tradició, els països senten la temptació de controlar la premsa. I qui, no? Si es tracta d'això.

A més, la Llei mordassa genera molts ingressos.

I tant. Mira si volen silenciar gent contra la llibertat d'expressió. A Alemanya es multa també aquelles xarxes socials que donen contingut il·legal, en el sentit feridor, que va contra la infància, contra la diversitat i tal, amb multes de no sé si són de 50 milions d'euros. Hi ha el poder físic, material, el poder d'obligar... però no ho veig, jo, tampoc. Un defensor del lector d'un diari concita l'animositat de tots els periodistes, perquè aquests s'enfaden i diuen: “La meva credibilitat davant dels lectors es pot veure lesionada”. Perquè un periodista no és un potentat, no ha nascut ric, i si hi ha nascut serà el fill de l'amo o crearà una empresa; per tant, diuen: “Jo visc de la meva reputació”. Però hi ha un error de base, aquí, també, i és pensar que sortir com a autor d'una pífia és negatiu pel teu currículum. No és veritat. Si un explica el que ha fet davant del públic, davant del seu govern, davant dels seus companys, davant la direcció del seu diari, i sobretot davant del públic, i diu: “Sí senyor, jo he fet això”, i explica per què ho ha fet, no és dolent. Però no ha de ser perquè tingues pressa, que és l'excusa típica: “Estava a punt de tancar”. Escolta, o saps escriure o no saps escriure. Si estàs en el *deadline* d'un diari, i heu de tancar, tu no pots escriure “cavallo” amb v baixa, si és en castellà. I no pots dir: “Oh, és que hi ha un equip d'edició”, perquè cada cop hi ha menys edició, perquè costa diners, i el periodista ha de saber escriure. Doncs bé, un periodista ha de ser capaç de deixar per un moment l'arrogància i pensar que el públic agraeix i accepta, fonamentalment, que tingui la valentia d'autoinculpar-se d'una cosa i dir: “És així, i ho he fet d'aquesta manera i no hi ha res a amagar aquí, no hi ha res obscur ni treball per compte de tercers...”

simplement ho he fet malament i la meva missió consistirà en no repetir-ho, però no es pot assegurar mai”. Aquell l’Stevenson, l’escocès autor de *L’Illa del Tresor*, deia que a aquest món hem vingut a equivocar-nos, però que ho hem de fer amb un bon tarannà i de la millor manera possible. La gent del carrer no té per què saber els detalls tècnics d’un diari, de com es fa un titular. Ells es pensen que com menys s’escriu, menys costa, i és més barat, i té menys qualitat. Però és tot al contrari: sintetitzar tot un tema, tota una idea, costa molta més dedicació, pensament, esforç, treball, que no pas una columna on pots rebatre les coses que tu vulguis. En definitiva, que The New York Times era com La Vanguardia, i arran de la publicació d’allò de les armes de destrucció massiva a l’Irak, van nomenar un defensor del lector que va fer una crítica ferotge, tremenda, i li va dedicar dues pàgines, i va posar a caldo tothom, des del director fins a aquella periodista, l’última, Judith Miller, que havia participat en els temes. I arran de tot això el New York Times publica notes de rectificació cada dia tres o quatre, depèn.

Creu que la ciutadania coneix prou el Consell de la Informació?

No. Nosaltres som modestos i tenim una economia de guerra; per tant no podem fer grans exhibicions, però tenim un conveni amb la xarxa de biblioteques i un cop al trimestre anem a fer una xerrada amb un periodista, que és el “ganxo”, perquè hi vagi a la gent. Sol ser un periodista conegut, com en Pere Escobar o en Joaquim Puyal, que aquest any compleix 50 anys de vida activa en el periodisme, ha deixat ja la retransmissió dels partits del Barça i ara es dedicarà a escriure. Segurament parlarem d’esports, i jo el presentaré. Durant aquestes xerrades aprofitem –perquè a vegades hi va l’Albert Garrido, que és el secretari general- per donar uns tríptics explicant, en castellà i en català, què és el CIC, quina és la seva tasca, com es pot emetre una queixa *online*... és molt senzill, no costa gran esforç, i hi ha resumits els dotze punts del Codi Deontològic. Són maneres de donar-se a conèixer. Això es reparteix i es veu que hi ha gent que hi està interessada, d’altres en canvi que ho deixen córrer... però motivar el públic és una de les meves dèries, en el sentit que si no tenim el públic conscienciat de la necessitat de tenir una premsa de qualitat, estem perduts. I aquestes són, ara, les nostres principals tasques. També farem amb el Síndic de Greuges unes jornades sobre això, sobre les queixes, amb una primera part sobre la llibertat d’expressió i l’altra sobre com es poden presentar queixes.

Creu que al periodisme li falta unitat a l'hora de defensar la professió, tenint en compte que la col·legiació no és obligatòria i per tant no representa la totalitat del col·lectiu?

Aquí hi ha un nou problema, que és una realitat: el Col·legi no pot obligar la gent a col·legiar-se. N'hi ha alguns que sí que poden, però el nostre Col·legi no obligarà mai ningú a fer-ho –crec jo, eh, que no estic al Col·legi, sinó que el CIC és un apèndix-. Els periodistes són bastant individualistes. Només s'és gregari quan algú es veu amenaçat, davant d'algun esdeveniment que surt del que podríem considerar el ritme normal del periodisme. Però no és un ofici col·lectivista en el sentit de solidaritat. Sí que hi ha un Col·legi i hi ha gent que hi participa, però no veus una massa crítica de gent, apretada per participar de les mateixes idees, que defensin el que tots volem: una premsa cada vegada més lliure, amb més qualitat, més prestigi, que digui millor les coses, que treballi millor... això ho vol tothom. Ara, tingues en compte que parlem de la premsa occidental. A Àsia no tenen aquests problemes. Al Japó, per exemple, es venen encara milions de diaris, i per subscripció. I a Amèrica Llatina tampoc, perquè ells van aixecar el cap més tard, en el sentit de desenvolupament econòmic, i no estan vivint aquesta crisi que estem vivint nosaltres. La crisi és, majoritàriament, occidental.

F.6 Transcripció de l'entrevista amb Neus Bonet

La situació de precarietat en el periodisme ha empitjorat en els darrers anys, o el periodisme ha estat sempre una professió precària?

No, jo crec que s'ha accentuat moltíssim en els últims anys, sobretot a causa de la crisi dels grans mitjans de comunicació, de les grans empreses periodístiques, a partir de la transformació tecnològica. És a dir: ens ha passat una mica per sobre, el llegir ens ha fet perdre l'escriure, així com una primera visió global. S'ha invertit molt en grans rotatives, s'ha invertit molt en recursos humans, però quan hi ha hagut crisi s'acomia els periodistes. La contractació que es fa actualment és molt i molt en precari. Moltíssim. I a més, la tecnologia no ha ajudat en el sentit que no hem sabut atrapar el canvi tecnològic, i el que ha passat és que hem acostumat ara la gent a no pagar per la informació, les empreses no estan trobant en digital el negoci que sí que tenien en paper, i el paper és obvi que està en crisi, això ja ho sap tothom. Jo no crec que el paper no sobrevisqui, que sigui com es deia "la tele es menjarà la ràdio, el vídeo es menjarà la tele...". Poden competir, però la font de negoci de moment encara no és la mateixa. Hem acostumat a la gent a no pagar pel periodisme, i la situació de precarietat s'ha instal·lat i està essent l'aluminosi del nostre ofici.

Creu que la situació és reversible?

Jo sempre vull pensar en positiu, i és obvi que d'una manera o una altra s'acabarà revertint. Des del Col·legi hem de lluitar pel nostre ofici, i de la mateixa manera que nosaltres anem al supermercat i paguem, igual que paguem pel dentista, o un arquitecte si ve a fer una obra a casa... cal que la gent tingui la sensació que ha de pagar per la informació. Abans, ningú anava al quiosc i pretenia robar la informació, la gent pagava per llegir. Doncs ara s'han d'acostumar a pagar els continguts que els arriben a través de la xarxa. O fer més visible allò que paguen a través d'impostos, el que va a parar a les ràdios i televisions públiques. Sembla que, com que no ho paguen físicament, qualsevol cosa arriba. I instal·lar una mica la mentalitat que, quan tu no pagues per la informació, algú altre paga per tu i per tant ja no sé si això és informació o no ho és. Jo vull pensar que sí, però també vull pensar que si no s'asseuen diferents actors en una taula i planifiquen una mica la quantitat de gent que s'està llicenciant cada any en periodisme o

en comunicació audiovisual en un mercat que no els pot absorbir, estem creant com una cadena de gent que estarà a l'atur o que haurà d'estar fent altres coses que no tenen a veure amb allò en què s'han format i han invertit part del temps de la seva vida.

De fet, alguns estudis de Periodisme s'estan reconvertint cap a l'àmbit de la comunicació corporativa.

Sí, de fet, ara el primer lloc de treball, de sortides laborals, són els gabinets de comunicació públics o privats. Per exemple, nosaltres, des del Col·legi, vam signar fa un parell d'anys un acord amb la Unió d'Empresaris de l'Anoia, perquè han vist que ara, en qualsevol moment, una empresa pot tenir una situació de crisi en la qual té necessitat d'explicar-se, i un periodista és qui sap ordenar-li la informació, comunicar-la, etc. Però ja deu fer cinc anys que en Josep Lluís Micó, de la Blanquerna, va fer un estudi per al Col·legi sobre com es col·locarien els periodistes en el futur, quin panorama dibuixava, i deia que un de cada quatre treballaria en mitjans convencionals entesos com a redaccions de diaris o de grans mitjans de comunicació com RAC1, la corporació, RTVE.... i la resta, no. Per tant, aquesta resta que no, que són molts, s'han de fer autònoms. A la jornada de precarietat que vam organitzar aquí al Col·legi va quedar bastant visible. Hi havia una noia que va explicar el seu cas: era corresponsal de dos mitjans, era autònoma, s'havia de pagar la benzina, el cotxe, etc, i li sortia a sis euros l'hora. Que, amb tot el respecte per a les *quelis*, a elles els surt a 12 euros l'hora. És que estem acabats, que diguéssim. Però si tots ens mentalitzem i apremem, això s'ha de poder revertir.

Què es pot fer, des del Col·legi, per lluitar contra la precarietat?

Una, és denunciar-la. Ajudar la gent que està en precari, amb la formació, etc, i tot seguit denunciar. Nosaltres, hi ha una feina que no és tan visible públicament, però cada cop que detectem, i és molt sovint, ofertes de treball de l'administració pública on posa "es valorarà periodisme", truquem o els avergonyim públicament a Twitter i es retiren aquestes ofertes. No parlo de càrrecs de confiança, sinó de places públiques en ajuntaments, diputacions, etc. De la mateixa manera que si tu et poses de part no cridaràs a un arquitecte, les feines de comunicació s'han d'encarregar a periodistes. El que hem de fer és dignificar la professió i denunciar tots els casos. I després, avergonyir també les empreses periodístiques, moltes de les quals estan dirigides per periodistes que, quan han de contractar, contracten més que en precari. I això, en l'àmbit digital està passant. I després també cal denunciar el paper de l'administració: com s'atorguen les subvencions,

amb quins criteris? Només el clic-bait, el titular espectacular...? El nombre de treballadors contractats? Només en nombre, o també en qualificacions? Perquè és clar, jo també puc comptar, amb tots els respectes, amb set o vuit administratius en un portal, però quants periodistes hi ha contractats? Cap? Doncs feu el favor de ser sensibles a això. Aquesta és la feina que fem des del Col·legi.

La lluita contra la precarietat, però, es fa de forma molt individualitzada: cada cop hi ha més autònoms que no estan sota l'emparedament dels comitès d'empresa, el Col·legi va per un costat, el Sindicat per l'altre... creu que és possible més cohesió a l'hora de lluitar per aquesta qüestió?

Faria falta que hi hagués una veu unívoca en aquest aspecte, però tu saps que el Col·legi és de col·legiació voluntària, i jo no em puc fer responsable dels altres. I el periodisme sempre ha estat una professió molt individualista. Al que ja té la vida solucionada no l'interessa gaire resoldre la vida dels altres. Tinc molts companys a qui dic: "Vosaltres us ho podeu permetre, econòmicament", perquè el fet de no estar col·legiat o sindicat a vegades també va dels 50 euros que cada trimestre et carreguen al compte. A mi hi ha gent que m'ha vingut a dir, especialment dones: "Escolta, és que és el menjar de la meua filla", i entre una cosa i l'altra, òbviament se'n va al menjar de la nena. Per això, intentem tenir formació gratis pels aturats, etc. Sí que hauríem de tenir més unió a l'hora de lluitar contra la precarietat, però jo no puc obligar la gent a col·legiar-se. Per tant, hem arribat a un moment que has d'atendre els que tens tu aquí, que són més de 4.000, que tenen els seus propis problemes de precarietat.

És factible, una col·legiació obligatòria?

No, no és factible. En el seu moment ja es va intentar, durant la creació del Col·legi, però es va recórrer. Hi va haver una persona que va presentar una reclamació perquè va dir que el fet d'obligar a estar col·legiat atemptava contra la llibertat de premsa. Es va resoldre que era així i per això nosaltres no som de col·legiació obligatòria sinó voluntària, i això porta al fet que, tot i que estem creats per una llei del Parlament de Catalunya, a efectes pràctics som una associació. I a una associació, voluntàriament, s'hi apunta qui vol. I igual que a nosaltres ens agradaria molt que la Generalitat pogués acceptar o valorar com a criteri el fet d'estar col·legiat, no ho poden fer perquè suposaria una discriminació cap a altres persones que no estan col·legiades. Per tant, nosaltres, és molt dur dir-ho, però treballem pels nostres col·legiats. Poso un exemple de fa poc, perquè tothom li diu al

Col·legi què hauria de fer però no hi ha mai la necessitat de col·legiar-se. Estava rellegant la sentència del Consejo General del Poder Judicial. Com a Col·legi vam presentar una reclamació perquè als periodistes que treballaven als jutjats els van limitar moltíssim i fins i tot hi havia dies que els fan esperar a fora, on fa molt de fred, i no els deixen ni tan sols entrar per no passar fred. Ho vam demanar com a Col·legi i se'ns va contestar que no teníem raó, entre altres raons, perquè cap de les persones que estaven allà estava col·legiada. Ens ho vam tombar i vam haver de pagar 20.000 euros de costes. Es tracta d'una xifra bastant astronòmica de la qual ningú se'n va voler fer responsable. Hi ha d'haver consciència que la precarietat és una cosa que, a mi, per exemple, gràcies a Déu no m'afecta, però estic aquí dedicant el meu temps i les meves hores perquè penso que hi ha d'haver una certa solidaritat i una certa unió, si no, no farem mai res. Però clar, jo això no ho puc inocular a ningú. Per tant, entenc la situació de precarietat, ajudem a qui sigui que està en precari, estigui col·legiat o no, mirarem de fer el que sigui, però la gent ha de prendre consciència. Hi ha gent que es dona de baixa perquè no pot pagar el Col·legi. Ja mirem de fer tot el possible, fem tombarelles i els membres de la junta, degans, secretaris, tesorers... no cobrem, res. Home, jo si agafo un taxi, me'l paga el Col·legi, perquè només faltaria que hi perdés diners. Però tot ho fem de manera "benèvola", que dirien els francesos.

A través de l'enquesta he detectat que el perfil de periodista precari és dona, jove, que treballa en mitjans digitals, freelance... des del Col·legi tenen detectat un perfil de quins són els periodistes més precaris? Coincideix amb aquest perfil?

En general, dones joves. Els costa molt. I després, ja no t'explico si són mares solteres. Perquè si ets *freelance*, en l'àmbit de la precarietat, vol dir avançar-li a l'Estat l'IVA d'unes factures que potser ni tan sols has cobrat. I on vas a reclamar, quan no et paguen les factures? Perquè tu has de viure, has d'anar al súper, has de tenir la teva vida... i això com ho fas? Però sí, la majoria són dones i joves. Ahir mateix em va trucar una persona que havia estat fent substitucions i em deia: "M'han ofert això, però és que el sou és... ínfim. No arriba ni als 800 euros, i et demanen dedicació exclusiva i jornada partida, a poder ser de dotze hores". Home, com ho revertim, això? Doncs aquí ens ha d'ajudar moltíssim la Generalitat a l'hora de mirar com dona les subvencions, i no subvencionar a més mitjans que no tenen res a veure amb el periodisme ni amb l'ètica periodística.

A la ciutadania li falta capacitat crítica per discernir què és periodisme i què no ho és?

Tu saps que soc molt pesada en el tema de l'alfabetització mediàtica, hi estem treballant molt. De fet, d'aquí poc, amb el Consell de l'Audiovisual engegarem un projecte a les escoles per crear ciutadans crítics, i fa nou anys que tenim el programa de Premsa a les Escoles, precisament per ajudar a discernir: que tu puguis agafar una capçalera i posar-li "Catalunya News" no vol dir res. A la gent se li ha d'explicar que això no és periodisme. O que una eina que té tothom, com Whatsapp, és una eina de difusió de coses que no tenen res a veure amb el periodisme. Aquí s'ha de fer una tasca molt pedagògica, perquè hem caigut en un descrèdit, en general, els periodistes, que hem de mirar de treballar per recuperar. La nostra feina és tan digna com la resta.

Hi ha un creixent divorci entre ciutadania i mitjans, que en el cas de Catalunya ha cristal·litzat durant el procés independentista. Com es recupera, aquesta confiança entre mitjans i ciutadania?

Fent autocrítica, començant per aquí, i fent millor la nostra feina. La pressa de les xarxes socials, la seva rapidesa i immediatesa, el ritme de difusió que té la informació... tot això ens ha fet perdre l'essència de la nostra feina, que és bàsicament contrastar les fonts. Ara alguns diuen: "Nosaltres contrastem les fonts..." i buff, ho venem com si fos la gran novetat, quan en realitat és l'essència de la nostra feina. Per què hi ha aquest moviment mundial de l'*slow journalism*? Reflexionem, perquè què és Twitter? Twitter no és un mitjà de comunicació, Facebook no és un mitjà de comunicació... són canals d'informació, on es pot penjar informació. La meva mare em diu: "Mira què m'ha arribat al Whatsapp, o mira què diu Twitter...". Però, qui diu què a Twitter? De comptes anònims no en volem saber res. A partir d'aquí, s'ha de fer molta pedagogia, però nosaltres hem de fer molta autocrítica de com estem treballant, com ens colen *fake news* perquè no contrastem moltes fonts, i de quin tipus de periodisme estem fent. Això ho hem de fer, per necessitat bàsica. Si no, no recuperarem la credibilitat davant la societat. A més, és veritat que ara la gent tendeix més a comprar marques personals. Per exemple, gent que et busca a tu perquè li interessa el que escrius, o a mi per una altra cosa, o a un altre perquè té informació sobre una qüestió determinada... més que no pas comprar un únic mitjà. Si això ha de ser així, doncs fem-nos el nostre propi diari. Però, per què busquem una veu o una altra? Doncs perquè, d'alguna manera, ens generen credibilitat. Perquè ara ens estem

acostumat al fet que la gent vol sentir només el que vol sentir, i donar-li només pinso. I això no pot ser.

Cal tornar als valors clàssics del periodisme?

Sí, cal tornar als valors clàssics, de dir: “Escolta, això potser no t’agradarà, però hi ha un senyor que no pensa com tu, i no tens cap dret a agredir-lo mentre està treballant al carrer”. Que a més, el que està al carrer és la baula més feble de tot això. I les empreses periodístiques se n’han de fer responsables. A vegades ens venen a dir: “Què fa el Col·legi de Periodistes?”. I tu dius, què ha fet l’empresa o què ha fet la persona a qui ha contractat per sortir a defensar-la? Perquè aquí tothom es renta les mans, i això no pot ser.

Fa la sensació que la gent busca cada cop menys informació i més que els periodistes o mitjans diguin el que vol sentir.

Una de les essències del periodisme és que potser no t’agradarà el que diguin determinades persones, però quan tu agafaves un diari ja sabies més o menys quina era la seva línia editorial, però hi havia diferents veus. Ja sé que no tothom és com nosaltres i cada matí fa una comparativa de les portades, però oi que tenim excés d’informació? Doncs a la gent, el que li hem de fer és recuperar-li la credibilitat i poder dir: “Miri, això està contrastat amb aquestes fonts, amb aquelles... això està contrastat i és així, i no hi ha res més”. Llavors hi ha l’opinió, que això ja és un altre carril. Però el carril de la informació ha de ser contrastada, la base del periodisme. Després, a partir d’aquí, les interpretacions són lliures. Però els fets, no.

El Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes va ser i segueix essent un referent en el sector. Està satisfeta, com a degana, del seu grau de compliment, malgrat que no sigui obligatori?

Sí, perquè quan va haver-hi els atemptats de Barcelona i Cambrils... És veritat que la gent, quan treballa en situacions tan extremes i de tanta gravetat, acaba tensionant el codi deontològic, perquè no estan pensant: “A veure si ara, en fer aquesta fotografia d’aquesta imatge, l’estic tensionant o no”. Però és cert que després hi ha molts debats sobre si ho hem fet bé o no. Per tant, hi ha consciència de com hem de fer les coses. Després hi ha la necessitat de conèixer els límits legals d’una actuació periodística, que no tots són bons i vulnereu el dret a la intimitat, a la privacitat, etc. Hem treballat molt des del Col·legi, no només des d’aquesta junta sinó des de fa molts anys, perquè els 4.000 que estem aquí ens

comprometem a fer extensiu el Codi Deontològic. Per tant, ens comprometem a la no discriminació, a tractar correctament el gènere migratori, etc. De ganes, n'hi ha. Però que s'acabi fent un compliment més o menys estricte, és molt difícil. Tots ho reconeixem. Hi ha un moment en què tu, quan des de la redacció et diuen “volem, volem, volem”, com a treballador estàs al carrer i fas. Després, però, hi ha reflexió, de dir: Aquesta foto s'havia de posar a la portada? O no? Havia d'anar a dins? Qui l'ha publicat, qui no, en qui ens emmirallem com a referent...? Quan hi va haver fotografies de portada de l'atemptat de la Rambla, es va dir: “És que l'ha publicat el New York Times”; però home, el New York Times també es pot equivocar. O potser ho va fer bé. Però hi ha la discussió, i si hi ha una discussió és que hi ha la sensació que alguna cosa no s'ha fet bé i que per tant hi ha ganes de respectar el codi deontològic. Perquè hi ha coses que a vegades tenen poc a veure amb el codi deontològic i molt amb el sentit comú: Si fos la teva família, t'agradaria? A vegades només es tracta d'aplicar això.

Hi ha gent que desconeix el contingut del codi deontològic però que arriba a conclusions similars a través de l'ètica personal.

Hi ha la campanya aquesta de publicitat de Trànsit que és molt bona: una pantalla, amb una persona mirant, i li pregunten: “Quantes víctimes et semblarien bé, tres?”. Home, i tant, respon... “I si aquestes tres fossin la teva família?”. Doncs al revés, és això. És cert també el que deia Kapuscinski, que el periodisme es va morir el dia que van descobrir que podia ser negoci. Per tant, si l'espectacularització de la informació activa la pestanya de la curiositat i la morbositat que tenim tots i fa vendre més diaris, o més digitals, o dona més audiència als programes de tele o de ràdio... des del Col·legi intentem que aquestes crestes no hi siguin, o mirem de detectar, debatre i avisar sobre aquesta tendència al groguisme de les informacions. Jo no tinc el paper de policia, ni és el nostre paper, ni tenim estructura per fer tampoc llistes de bons ni dolents. Hi ha una cosa que es diu llibertat de premsa i per això la mateixa notícia, visita en diferents capçaleres, té diferents tractaments. Però això és una cosa i una altra és saltar-se sistemàticament els codis més bàsics.

El Consell de la Informació (CIC) també va ser pioner en el seu moment. Es coneix prou, per part de la ciutadania? La ciutadania sap on dirigir-se, quan detecta una manca d'ètica?

No. La ciutadania no el coneix prou ni sap on dirigir-se. I sobretot durant aquest últim any, que hi ha hagut moltes actuacions, agressions i ciutadans que han cregut veure vulnerats els seus drets, no sabien on anar. Venen al Col·legi, i nosaltres els expliquem que el Col·legi va crear el CIC fa molts anys, i ho va fer precisament perquè tots els membres de la junta treballem en mitjans diferents, i es va creure adient que hi hagués un Consell de la Informació en el patronat del qual, inicialment, hi havia representats tots els grans mitjans de Barcelona, i el fèiem dipositari de la defensa del nostre codi deontològic. Però per arribar a la ciutadania ja no sabem com fer-ho, potser caldrà fer una campanya, perquè fa molts anys que existeix el CIC, i la gent ha de saber-ho... Cada vegada que algú ve aquí, l'hem remès al Consell de la Informació. A poc a poc, però, arriba un moment que la ciutadania et diu: "Perdona, aquesta informació que està firmada per un periodista que no hi era, en aquest acte!". Això és molt gruixut. Han d'anar al Consell de la Informació o, si no, la gent se'n va al Síndic de Greuges, que ja té una altra capacitat sancionadora o correctora en l'àmbit que sigui.

Creu que hi hauria d'haver capacitat sancionadora, amb relació al compliment del codi deontològic? Això ajudaria que hi hagués més compliment?

Jo no soc gaire de la sanció, perquè és com les empreses que paguen les multes mediambientals: en alguns casos, els surt més a compte pagar la multa i seguir fent el que volen. Jo crec que és més una tasca pedagògica. A banda que és una mica com la definició de "*fake news*": qui li posa el picarol al gat i decideix què és o no una "*fake news*"? La ministra de Defensa, en el seu moment? Europa, decidint què és o no "*fake news*"? Se n'ha rentat les mans, perquè és molt difícil. Mentir s'ha fet sempre, això ho sabem. Però ara se n'ha fet com un negoci i a més hi ha serveis d'intoxicació política per fer caure governs... Però bé, potser això ja va més enllà de l'ètica periodística, i ja ha derivat cap a altres carrils. Però la capacitat de sancionar, qui decideix? Perquè això seria fer una llista de bons i dolents. Qui li pot dir, a un diari, "mira, aquest titular, no"? Qui ho decideix, això? És molt difícil. I aquí mai ningú es posarà d'acord, i jo crec que no sortirà ningú demanant que hi hagi capacitat sancionadora, perquè la qüestió és: què se sanciona i en funció de quina visió? Això que diuen: "No, és que el periodisme ha de ser neutre..." No hi ha res neutre, no existeix. Per molt que ara s'omplin la boca de la neutralitat, aquesta no existeix, perquè ningú és neutre: tots som com som, sentim el que sentim, venim de la formació que venim, de l'ambient familiar que hem tingut, el que ens ha passat... hi ha un principi periodístic que si ara hi ha un accident aquí baix i l'expliquem

sis persones, sí que el fet serà el mateix, però hi haurà sis versions diferents. Per tant, qui decideix quina és la bona? Jo no soc tant de capacitat sancionadora com d'unió com debat dins de l'ofici.

Les empreses són cada cop més reticents a l'autoregulació, si no se les obliga per llei?

Hi ha un psicòleg que va fer una piràmide, i deia: “Quan la teva base, que és l'alimentació, pagar el lloguer, etc, està coberta, vas pujant i l'ètica és el teu referent. Però quan la teva base no està resolta, l'ètica queda allà”. Perquè el primer que vols és salvar el negoci, i si per fer-ho has de titular de forma més espectacular, ho fas. I és això: si la teva principal necessitat és menjar, o poder tenir un lloc on viure per no haver d'anar sota un pont, sentint-ho molt l'ètica no és el teu principal referent. Això és així i penso que no estic dient cap cosa estrafolària. “Això s'ha de titular així”, “però jo ho titularia així”, “no no, ho sento molt però ha de ser així”, “val, doncs d'acord”. Perquè t'hi va el sou i el menjar. El més bàsic.

Creu, doncs, que hi ha una relació directa entre la precarietat laboral i l'ètica periodística?

Sí. A la gent que tenim una feina fixa, actualment, i treballem per exemple per a mitjans públics, ens diuen “estómacs agraïts”. És una guerra pel relat, dir-nos “estómacs agraïts”. Bé, però no és així. Un cop hem tingut l'estómac i les necessitats cobertes, molts de nosaltres ens hem dedicat a defensar la gent que no pot, o que no es troba en les mateixes circumstàncies. Perquè és cert que jo em puc dedicar a teoritzar o a parlar d'ètica, però quan et ve aquí gent que et diu: “M'han ofert un euro per un article”, i tu li dius: “Però de quants caràcters?”, i et diuen “no, no, independentment dels caràcters”, home, doncs clar, i tu li dius, “què faràs?”, i et diu: “Doncs acceptar-ho, perquè si en faig molts de petits potser em farà 300 euros”... Llavors, a aquesta persona, què li has de dir? “No ho acceptis, per ètica?” Jo no puc dir-li això. Per tant, és cert que està vinculat. Vinculadíssim. Com li dius a algú: “Si a tu et ve el teu cap, et plantes i dius que no ho titularàs d'aquella manera?”. Perquè si et plantes i apel·les a la clàusula de consciència, al cap de cinc minuts, on estarà aquesta persona? Al carrer. Hi ha una cua de 200 o més persones esperant aquell lloc de treball per tant o menys sou encara. Segons a qui li parles d'ètica, et mira com si fossis hermeneuta, perquè és això. Llavors, el que hem de fer és treballar els que podem, els que tenim una feina més o menys garantida i que podem ajudar des

dels nostres llocs, a què els que venen i haurien de fer relleu tinguin millors condicions. A mi m'emprenya molt quan diuen: "A la Corporació s'haurien d'abaixar tots els sous". No, no: el que hauríem d'intentar és que tothom tingués els sous de la Corporació, no al revés. Que tampoc és tant, eh... uns anys enrere potser era diferent, però jo no he enganxat mai l'època dels pernils... arribo tard a tot arreu [riu]. No, el que hem d'aconseguir és que tothom tingui un bon lloc de feina, com s'havien tingut anys enrere. Que tots hem passat èpoques que no hem cobrat, o hem cobrat molt poc, però hem anat progressant amb el temps, i hem aconseguit una feina, etc. Ara, el que hem de fer és ajudar a la gent a aconseguir això, a tenir una vida digna dins d'un ofici digne, de la mateixa manera que ho fan els dentistes, els arquitectes o els metges. I si ens diuen que tothom està igual, doncs lluitem tots contra la precarietat i que no ens contractin com a esclaus. L'esclavatge es va abolir fa molt de temps, teòricament. Però és que estem tornant a condicions infumables del mercat laboral. Pugen les contractacions, sí, però amb quina qualitat de contractació? Quantes dones estan contractades i com? La idea és que tothom tingui unes condicions dignes de feina, no perquè nosaltres ja estiguem a la Corporació o a RTVE això vol dir que ja no ens importi. Aquí, al Grup de Treball de Mitjans Públics hi ha tothom, perquè tothom vol dignificar la feina, i tots, donant el nostre temps lliure, i el de la nostra família, i sense cobrar, estem aquí "donant el callo". I qui diu aquí, diu al Sindicat de Periodistes o allà on sigui. Però unim-nos: en el cas del nostre ofici, ens toca a nosaltres ajudar que el relleu sigui bo.

Molts periodistes acaben abandonant la professió, especialment a partir de certa edat, i molt especialment les dones. Hi ha relleu garantit, en el periodisme?

És molt de dur de dir, però només seran periodistes els que s'ho puguin permetre. Els que s'ho puguin permetre en el sentit de dir: jo soc autònom i me'n vaig a l'altra punta del món perquè tinc un coixí al darrere. Per tant, serà una cosa o molt elitista o molt funcional. Perquè és clar, si t'hi has de posar vocacionalment... perquè al final què serem, els periodistes, els màrtirs de la democràcia? Se'ns obliga a tenir una ètica que és així, a no cobrar i a viure en circumstàncies molt dures, en situació gairebé d'esclavatge, i a sobre tenint la culpa de tot. Perquè al final, fixa't que sempre estem parlant de periodistes, no d'empreses periodístiques. I nosaltres no volem ser els màrtirs de la democràcia. És que no ho hem de ser. No és el nostre paper. Autocrítica, la que vulguin i quan vulguin. Però no som els màrtirs de la democràcia, només faltaria. I el que hem de lluitar és per tenir les condicions dignes d'un ofici. Perquè si no, qui hi haurà, una altra

vegada? Serà un ofici només d'homes, perquè seran els únics que podran mantenir-ho, perquè a ells això de conciliar no els ha arribat tant? Aquest matí llegia que el govern del PSOE s'està plantejant en tots els consells d'administració fer obligatori en totes les empreses que hi hagi paritat. I és lamentable que es faci, però s'ha de fer d'una vegada, perquè si no no ens en sortirem. Les dones, en això, seguim estant a la cua. Veus les fotografies, a les tertúlies i tal, i hi comença a haver-n'hi, però costa moltíssim.

Per a fer efectiva aquesta igualtat, creu que cal també un canvi en les condicions i rutines de treball, com els horaris, la conciliació, etc.?

Sí, perquè si no sempre et trobes en la tessitura d'haver de decidir entre la teva professió, si t'agrada, i la maternitat, i això no és just. A banda que és impresentable, i socialment és discriminatori. Jo treballo d'ençà que tinc 16 anys, i d'aquí a uns mesos en faré 59. I penso: quan semblava que sí, que anàvem a avançar, reculem. Hi ha una crisi, no sé què m'expliquen les empreses, i si tu agafes la baixa per maternitat no ens interesses, o tu seràs la que faltaràs quan el teu fill es posi malalt... perquè encara hi ha el rotllo de: "Entres a treballar tard, no vindràs el dia que el nen l'hagis de dur al metge..." i és clar, arriba un moment que tot això ha tornat a calar.

Pel que fa als joves, estan menys col·legiats que els més veterans. A què ho atribueix?

En la darrera junta, que vam celebrar la setmana passada, vam tenir 46 altes, i la majoria eren de joves. N'estem molt contents.

Com s'involucra els joves en la vida col·legial, en aquesta lluita compartida?

Doncs incorporant-los també a la junta. Ara tenim a la Laura Saula, que és jove i és autònoma, i ve aquí i explica la seva realitat. A la junta hi podem ser els veterans, però necessitem que la gent més jove s'impliqui per conèixer la seva realitat. Jo encara estic en actiu, els caps de setmana, i m'he passat nou mesos sense tenir dies festius perquè vas encadenant i encadenant, i encantada de la vida si es pot ajudar, però necessitem que la gent jove amb problemàtiques específiques s'impliqui. Que vinguin i que ho expliquin. Que ens provoqui, que ens motivi. Perquè si no, quan tu parles de no sé què, algú aixeca la mà i et diu: "No mira, és que la realitat és així, que jo soc autònom i això s'ha de saber". Si no, no ens en sortirem.

Com veu el futur del periodisme a mitjà i llarg termini?

En positiu. Jo crec que, a vegades, en les generalitzacions et perds els matisos, i jo crec que tendim a fer generalitzacions d'una ciutadania que està cada cop més formada, que sap el que consumeix, i que per tant, sap el que tria. Si a més des del Col·legi podem treballar en l'alfabetització mediàtica juntament amb les universitats i el CAC, generarem cada vegada més ciutadans crítics a l'hora de consumir mitjans, i això és bo. Les empreses periodístiques estan en un període, més que de crisi, de reconversió. Hi ha una tecnologia, unes xarxes socials, que han irromput i s'estan replantejant el model de negoci. I jo crec que en positiu. Potser no tothom, com és obvi, trobarà feina d'allò que li agradaria, però el periodisme no morirà mai. I lluitarem perquè així sigui, perquè continuo pensant que és una de les potes d'una societat democràtica. I nosaltres hem de treballar fent molta autocrítica, hem de controlar els poders públics, cosa que a vegades no passa... la proximitat d'uns i altres a vegades ha costat, tot i que de la Transició ens hem unit, però hem de fer cadascú el seu paper, ningú s'ha d'enfadar per res. Cadascú ha de fer el seu paper i el nostre ha de ser de periodistes que controlen els poders públics, que denunciem les situacions de mercats laborals, situacions poc democràtiques, violacions de l'ètica periodística... i de la llibertat d'expressió ja ni te'n vull parlar, perquè s'ha agafat com una cosa a la qual té dret tothom...

I tothom se la fa a mida?

I tant. La teva llibertat d'expressió arriba fins que trepitja els drets d'una altra persona. És veritat que els marges no són mai clars, ningú pretén posar portes al camp, i el Col·legi molt menys, però sí debatre. I aquí ens trobaran, als més veterans, per ajudar als que més ho necessitin. Però jo vull ser optimista, perquè per ser derrotista, potser que ens n'anem a casa i no fem res. I davant la disjuntiva d'anar-te'n a casa i no fer res, sempre hi serà la de lluitar per dignificar l'ofici. Sempre.