

Recuperem la sobirania periodística

«Recuperar la sobirania periodística, per mi, és canviar el xip i entendre el periodisme com una activitat i no tant com un producte de consum o una mercaderia, i reconèixer-lo com una pràctica col·lectiva» | «Recuperar la propietat dels mitjans, en el fons, és també defugir el periodisme comercial i dòcil amb els anunciants i institucions que sustenten la pràctica totalitat dels mitjans d'informació actual»



Trobada de periodisme cooperatiu a Atenes el juny passat, on va participar Setembre | Josep Comajoan

Culpar Internet i les noves tecnologies de la crisi del periodisme és, literalment, una enganyifa dels de dalt. Dels qui formen part del que realment està causant la crisi dels mitjans de comunicació: el capitalisme. I no pas la desintegració d'un model de negoci. Amb paraules de Pere Rusiñol (*Alternativas Económicas*), «El problema és que on abans hi havia empreses propietat d'editors de diari, avui hi ha empreses propietat del sector financer. El problema és que la banca es converteixi en editora de premsa».

És veritat que els ingressos en publicitat, que en gran part sostenien molts mitjans, han caigut en picat, però també és veritat que la crisi dels grans mitjans de comunicació es deu a la mala gestió dels seus responsables, que massa sovint han oblidat els valors del periodisme per ser massa a prop del capital i del poder. A canvi, moltes vegades, d'un simple copet a l'esquena.

Des de que es va començar a manifestar la crisi l'any 2007, només a l'Estat espanyol deu mil periodistes han perdut la feina. Justament el mateix any que molts sortíem de la universitat amb ganes de menjar-nos el món o, si més no, posar un granet de sorra en la seva transformació des del periodisme. Les notícies sobre el tancament de mitjans o l'acomiadament de treballadors i treballadores constants ens van fer veure que no seria gens fàcil i que el primer que hauríem de transformar seria el propi model organitzatiu dels mitjans de comunicació.

Es parla molt de sobirania alimentària, de sobirania productiva, de sobirania tecnològica? però, per què no de sobirania periodística? Al cap i a la fi hem de mirar d'aprofundir en com seria una millor gestió democràtica dels recursos destinats als mitjans de comunicació i al periodisme i repensar la

manera com exercim la professió, en alguns rànquings considerada una de les més precàries.

Recuperar la sobirania periodística, per mi, és canviar el xip i entendre el periodisme com una activitat i no tant com un producte de consum o una mercaderia, i reconèixer-lo com una pràctica col·lectiva. No és un terreny neutre, és un dels camps de batalla de la llibertat d'expressió, de la creativitat i una de les eines més potents de la transformació social. Recuperar aquesta sobirania passa per un canvi de consciència, un canvi en el seu ús, la recuperació de la seva dimensió col·lectiva, però això com ho traslладem a la gestió quotidiana? Què podem fer els periodistes?

Doncs gestionar nosaltres mateixos els mitjans de comunicació i intentar retornar al periodisme independent de tota la vida. No hem pas d'inventar res. Arreu del món hi ha experiències de mitjans de comunicació que han apostat per la fórmula cooperativa. Potser una de les més conegudes i exitoses és el diari grec *Efsyn*, que té més de 120 treballadors, tots amb el mateix salari, i una facturació anual de cinc milions d'euros. Quan el 2010 la crisi va dur Grècia al precipici, la majoria de diaris van escollir entre tancar o sotmetre's a nous finançaments més interessats en la propaganda que en el periodisme. D'un grup de periodistes sense feina després del tancament del diari *Llibertat de premsa*, referent periodístic de la centre-esquerra, en va acabar naixent el 2012 *Efsyn (El diari dels periodistes)*, un diari realment diferent: cooperatiu i amb la voluntat de jugar a primera divisió, juntament amb els mitjans que marquen l'agenda.

Semblava una utopia, però sis anys després el projecte no només segueix existint, sinó que s'ha consolidat sense haver de renunciar a cap de les seves regles. La fórmula cooperativa s'aplica fins i tot a les rutines de producció de la informació, el periodistes escullen el director i els caps de secció, i el diari és el tercer en vendes, amb xifres consolidades per sobre dels 15.000 exemplars en un mercat periodístic molt fragmentat.

I no cal anar a Grècia. A casa nostra també n'hi ha molts, d'exemples. També amb aquesta doble pretensió -fórmula cooperativa i vocació mainstream- està a punt de néixer el diari *Jornada*, un mitjà generalista, deslligat d'interessos empresarials i financers creat en forma de cooperativa mixta de treball i consum sense ànim de lucre. També la *Directa* s'ha convertit en cooperativa, com també ho són *Crític*, *Alternativas Económicas* i altres mitjans fets des de l'anomenat territori, o fora de Barcelona: *Setembre* (Vic), *Contrapunt* (Mollet del Vallès), *Fet a Sant Feliu* (Sant Feliu de Llobregat) o *L'Independent de Gràcia* (Barcelona). A nivell espanyol hi ha experiències prou potents com *El Salto* o *La Marea*, sorgit dels treballadors de l'antic diari *Público*.

Tots ells ben diferents, però els uneixen característiques que els allunyen dels mitjans convencionals pel que fa a la propietat, l'enfocament dels temes que tracten, la participació dels lectors, els criteris publicitaris i les dependències econòmiques. En el cas de *Fet a Sant Feliu*, el fet de ser una cooperativa de consum fa que un dels trets més importants sigui que els socis-lectors, que aporten el mateix capital social, són els autèntics i únics propietaris del mitjà.

Recuperar la propietat dels mitjans, en el fons, és també defugir el periodisme comercial i dòcil amb els anunciants i institucions que sustenten la pràctica totalitat dels mitjans d'informació actual. És no dependre de publicitat i de préstecs bancaris. És tornar a posar les persones al centre, i no pas el capital. És, al cap i a la fi, recuperar el periodisme.

Article publicat originàriament a Mèdia.cat (<https://www.media.cat/2018/03/29/sobirania-periodistica-mitjans-cooperatius/>).