



OPINIÓ

RAMON PEDROS
Director del diari Metro a Barcelona

L'aparició dels grans diaris gratuïts a Espanya, tant a Barcelona com a Madrid, ha coincidit amb el canvi de segle i amb el balanç de la primera fase d'Internet, circumstància que ha contribuït a magnificar-ne el seu paper en el debat actual sobre el futur de la premsa. Però, tot i que pugui semblar una *boutade* per part meua, no crec que s'hagi d'exagerar l'impacte que puguin tenir en el destí de la premsa tradicional en general. No s'ha de magnificar, malgrat que alguns s'hagin posat nerviosos massa de pressa perquè s'ha produït en un marc econòmic i cultural de signe pessimista, però tampoc cal menystenir-lo ni menysprear-lo.

Per tal de situar-nos en el nostre lloc, ni més amunt ni més avall, fem un retrat de *fotomatón*: el diari Metro, amb edicions a 23 ciutats de 15 països, des de Boston a Hong Kong, i des d'Estocolm a Santiago de Xile, deu el seu èxit a un grup d'idees molt clares que defineixen un projecte: un diari d'informació general, de 24 a 32 pàgines, amb les principals notícies del dia en una gran varietat de seccions, redactades de manera clara i precisa, dins un format i una maquetació que faciliten una lectura ràpida en una època en què la gent no té temps per llegir. A més, inclou entrevistes, reportatges, còmics, passatemps i columnes per a qui vulgui dedicar-li més temps.

És evident que els diaris gratuïts han augmentat el nombre de lectors i, d'altra banda, és clar que satisfan les necessitats informatives de molta gent. En aquest sentit, es produeix tal ball de dades i tendències, sumant nous lectors que acaben comprant o no un diari de pagament, incorporant els que combinen lectura de pagament i gratuïta, i restant els que ara han deixat d'adquirir el de pagament, que el còmput acaba afectant un percentatge limitat de vendes d'alguns diaris més populars que no hagin sabut adaptar-se per tal d'ofertir més que titulars i periodisme de fórmula.

Ni els gratuïts acabaran amb el periodisme, en una de les frases més lamentables que ha dit un director esporuguit d'un diari francès (i que després va corregir admetent que calia valorar el gran impacte dels gratuïts en l'augment de lectura

periodística), ni poden fer la competència als grans diaris tradicionals. Primer, perquè no és la seva vocació i, segon, perquè tampoc ho podrien aconseguir amb els mitjans i les estructures limitades que comporta el seu concepte com a gratuïts. Ara bé, dins de la seva modèstia, els gratuïts amb vocació de rotatius de qualitat, com els que represento, són grans diaris que assumeixen una aspiració i un comportament radicalment professional i ambiciós, molt rigorosos i compromesos en la defensa dels valors més exigents de l'activitat periodística.

En el debat a França, a més de moltes bajanades empresarials interessades, s'han dit coses que em convé reflectir ara. Primer, les positives: s'ha reconegut que els gratuïts aug-

menten el nombre de lectors, aspecte en el qual no cal insistir, i que realitzen un "servei cívic" perquè satisfan el dret a la informació gratuïta. Però també s'han dit bestieses per tal d'assegurar-se la clientela, desprestigiar els gratuïts i desfer-se de la nova competència, a la qual acusen de "deslleial" en una complicada i falsa argumentació comercial. Per ara, els tribunals han donat la raó als gratuïts. Una de ben forta, semblant a la profecia de Colombani, és que aquests diaris no els realitzaven periodistes (haurem

d'anar amb el nostre currículum professional a la boca?) i a l'altra, que no estan ben fets perquè es basen en les agències de premsa, com si la tasca professional de les agències no constituís la primera escola permanent de la formació periodística. He treballat 15 anys a EFE i no se m'acudiria desqualificar la professionalitat dels periodistes que treballen a les agències informatives i que aporten les 3/4 parts de la informació mundial. Hi ha hagut, fins i tot, qui s'ha referit a alguns problemes sorgits amb el personal de distribució a França per invalidar el nou concepte periodístic quan tothom deu saber que Metro subcontracta el servei de distribució a terceres empreses que, a l'espera del que puguin dir els tribunals a França, han acreditat a tot el món, i molt especialment a Barcelona i Madrid, l'alta qualitat humana de les seves prestacions.



SONIA PULIDO
Dibuixant