

# **Evolució del periodisme econòmic a Catalunya**

**Joaquim Perramon Ayza**

**Barcelona, juny de 2023**

---

## **1. Els inicis del periodisme econòmic a Catalunya**

La informació econòmica als mitjans neix amb el mercantilisme, però la referència del periodisme econòmic s'ha de situar a partir de Joan Mañé i Flaquer que fou director del Diari de Barcelona. El Diari de Barcelona havia sortit al carrer per primer cop un primer d'octubre de 1792. Era un fulletó i informava entre altres coses dels moviments al port de Barcelona. Joan Mañé havia entrat al diari l'any 1854 amb altres intel·lectuals – Manuel Duran i Bas i Josep Coll i Vehí- i n'ocupà la direcció des del 1865 fins a la seva mort l'any 1902.

Sota la seva direcció, el periòdic agafà molta influència. Mañé i Flaquer era valorat per la seva independència i havia estat consultat en ocasions per Alfons XII i Cánovas del Castillo. No sé si li feien massa cas però el que és segur és que l'escoltaven, que ja és important.

He començat per Mañé i Flaquer perquè coincideix amb l'inici de l'etapa moderna. Per exemple, la implantació del telègraf és cabdal en la comunicació. A Catalunya tenim un pioner en la tècnica telegràfica que és Francesc Salvà i Campillo, nascut al carrer Petritxol l'any 1751 i mort el 1828, però no serà fins ben entrat el segle XIX que el telègraf es desenvolupi.

Amb l'època moderna, a més del telègraf arriba el ferrocarril i el vapor. Aquestes innovacions afavoreixen la globalització de l'economia. Catalunya estava orientada al mercat interior espanyol d'acord amb l'esquema econòmic imposat per la monarquia borbònica on moltes mercaderies produïdes a Catalunya eren consumides per l'exèrcit i així s'anava reproduint un cicle econòmic més o menys estable. Aquest esquema de circuit intern cada cop que augmenta la internacionalització econòmica amb Europa o Amèrica s'altera. Cada onada d'internacionalització de l'econòmica catalana sol anar lligada a una crisi política amb l'Estat Central.

Un altre component de l'esquema econòmic de la segona meitat del XVIII és que ja no hi havia un veto per a les relacions comercials amb les colònies espanyoles a Amèrica Llatina. Per tant el moment

de Mañé i Flaquer és una etapa de canvis, d'internacionalització que afecten l'esquema tradicional amb una indústria orientada al mercat espanyol i unes relacions comercials amb països sud-americans.

De Mañé i Flaquer destaca el model que defensava de relacions amb Espanya seguint el sistema foral del País Basc i Navarra. Respecte a Cuba era partidari de vendre-la als Estats Units. Era una forma pacífica i econòmica d'abordar una realitat que permetia mantenir les relacions comercials. La solució militarista espanyola - "heroica"- va acabar amb una desfeta militar i econòmica.

Per bé que no era pròpiament un periodista econòmic, Mañé i Flaquer va escriure un llibre titulat *La Bolsa, sus leyes, sus secretos y sus peligros* (1859, 144 pp). A més era un líder de la burgesia catalana del moment.

## 2. La primera part del segle XX

Després de Mañé i Flaquer la informació econòmica als mitjans de comunicació ve extraordinàriament marcada per la influència de Francesc Cambó, un home clau a Catalunya que participava del pensament econòmic europeu de l'època.

Com explica en el seu article a inicis del segle XX *La démocratisation de bien-être per l'électricité* (*Revue Economique Internationale*, Brussel·les) la tesi de Cambó era que la gran massa de treballadors havia d'evolucionar i passar de ser proveïdors de treball a ser consumidors, que era la idea central de l'Estat del Benestar que es gestava en aquell moment a Europa i que s'imposà i marcà l'evolució econòmica del segle XX.

Cambó concebia la política com a '*policy maker*', el pensament i l'anàlisi social havia de servir per a proposar canvis socials en benefici col·lectiu<sup>1</sup>. Amb aquesta concepció, sota l'òrbita de Cambó hi havia la revista *Economia i Finances* de la que fou director Miquel Vidal i Guardiola (també escrivia a *El Diluvio*) i en la que varen col·laborar Joan Ventosa i Calvell, Pere Coromines, Xavier Ribó i Rius (també a *La Veu de Catalunya*), Andreu Bausili, Romà Perpinyà, Jaume Alzina, Manuel Raven-tós, Josep A. Vandellòs, Josep Maria Tallada i Joan Sardà Dexeus. Eren avançats.

---

<sup>1</sup> Alfons Almendros Morcillo (2000), Francesc Cambó : la forja d'un policy maker, Barcelona, P. de l'Abadia de Montserrat.

Passant de la informació econòmica al periodisme econòmic pròpiament, un cas particular en aquella època fou el del filòsof Joan Crexells, un home brillantíssim que s'afecionà a escriure sobre economia, finances i sociologia a La Publicitat amb el pseudònim *Observer*.

Un altre cas particular és el de Joan Carandell i Marimon, que abans d'escriure en mitjans era empresari. Originari de Bàscara (Empordà), any 1901, començà a treballar als 10 anys en una fabrica d'uniformes i establí una oficina de venda de serradures a vaixells. Començà els estudis de comerç i ben aviat va publicar a La Nau, el Diari de Barcelona i El Noticiero Universal. Ingressà a la Societat d'Estudis Econòmics i el 1931 ja n'era president. L'any 1935 fou nomenat representant de la Generalitat a l'Institut d'Investigacions Econòmiques. Acabà sent banquer, posteriorment arruïnats i refets.

També de la Societat d'Estudis Econòmics cal citar Marcel·li Graell i Fernández redactor a l'Economia Nacional, Manuel Pugés i Aureli Ras, director de la Revista Estudio

### **3. La fosca dictadura**

Aquesta època daurada de la informació econòmica i la divulgació de l'economia quedà arrasada amb la guerra civil i s'entrà en un temps extraordinàriament fosc. Amb el cop d'estat del general Franco i l'inici de la guerra civil la societat es polaritzà en un dels dos bàndols. La dreta catalana s'hagué d'aliar amb el colpista però no en sortí guanyadora; va perdre tota la influència que tenia.

Un dels joves de la Lliga de Cambó, Salvador Millet i Bel, col·laborava a La Vanguardia i Destino, però una flor no fa estiu.

Xavier Vidal-Folch descriu perfectament la situació del periodisme econòmic a l'època i la posterior a la transició al capítol "Esplendor i misèria del periodisme econòmic" dels Anals del Periodisme Català (1984), per tant em limitaré a fer una breu síntesi. Diu Vidal-Folch: "La premsa -a qui la censura converteix en gairebé única per la via de la uniformització: tots els diaris són massa semblants-. a penes es fa ressò del debat econòmic". No hi havia tampoc transparència, moltes empreses, les grans, vivien sota el paraigua de l'Estat, no hi havia llibertat sindical. "Les escasses notícies financeres generalment s'escampaven per les pàgines en forma de gasetilles i algun article publicitari camuflat d'informació econòmica, o millor comercial. També es publicava la solapa d'algun llibre d'economia que s'editava. La major part de l'espai d'aquestes pàgines financeres estava destinat a la

publicitat. En primer lloc els avisos oficials, ara anomenats anuncis oficials. Els segueixen els anuncis financers, com emissions de valors, distribució de dividendes, anuncis de juntes d'accionistes, etcètera”<sup>2</sup>

Amb el Pla d'Estabilització s'obre una mica la finestra informativa. Era el moment en que Fabian Estapé i Josep Jané Solà comencen a col·laborar a La Vanguardia. També son de destacar les col·laboracions de membres del Cercle d'Economia a les pàgines del Diari de Barcelona de 1964 a 1972 i les col·laboracions d'Ernest Lluch a El Correo Catalan.

Posteriorment la crisi i la transició democràtica aireja una mica més el panorama. D'aquella època s'ha de destacar els periodistes Joan Tàpia i Xavier Vidal-Folch que del periodisme econòmic passen a la direcció de La Vanguardia – Joan Tàpia-i a la direcció de El Periódico i la direcció adjunta de El Pais- Vidal-Folch.

Joaquim Perramon Palmada, cap de la secció d'economia del Diari de Barcelona, protagonitzà l'apertura de la secció a membres del Cercle d'Economia i després com a cap de la secció d'economia del diari Avui introduí, seguint la mateixa tònica que al Diari de Barcelona, a molts economistes en la col·laboració periodística. A la secció d'economia de l'Avui hi participaven de manera regular Jacint Ros Hombravella (amb el pseudònim “Cèntims”), Jordi Petit Fontseré, Andreu Morillas, Carles Gasòliba, Jordi Goula, Josep Maria Muntaner, Andreu Gispert i Montserrat Trepal, però també hi tenien cabuda de manera puntual, molts altres. Era habitual que “l'opera prima” de molts economistes tingués ressò a l'Avui. Per exemple, la primera entrevista que li varen fer a Andreu Mas-Colell va ser de Joaquim Perramon a l'Avui. Ernest Lluch escriví de Joaquim Perramon: “La seva entrada al periodisme trenca amb tot un tarannà, tot un estil i tota una butxaca”<sup>3</sup>.

Aquella època surt una bona promoció de periodistes d'informació econòmica: comença amb Juan Maria Hernández Puértolas. Enric Tintoré, Sebastian Tobarra, Josep Maria Ureta, Josep Maria Cortés, i s'hi van incorporant Andreu Missé, Isidre Ambrós, Jordi Fortuny, Albert Closas i un seguit de dones com Dolors Álvarez, Carme Polo, Maite Coca, Carme Anglada, Marga Moreno, Marta Sardà, etc<sup>4</sup>. Un cas particular és el de Jordi Goula, economista del servei d'Estudis de la Banca Mas-Sardà, era col·laborador habitual de l'Avui i acabà com a redactor en plantilla a La Vanguardia.

---

<sup>2</sup> Joaquim Perramon Palmada citat per Xavier Vidal-Folch a Anals de Periodisme Català

<sup>3</sup> Joan Maria Piqué: ‘In memoriam’ Joaquim Perramon mor als 83 anys', Avui 4/9/2007

<sup>4</sup> Son les primeres dones a la història que s'incorporen a la informació econòmica,

#### 4. Integració a la Unió Europea i a l'euro

A partir de l'entrada a la Unió Europea i l'euro el panorama de la informació econòmica canvià molt. Per una part poc a poc millora la transparència, les empreses s'auditen, hi ha un sistema polític amb més llibertats, però també sorgeixen problemes nous... Uns problemes que ja s'assemblen als de qual-sevol país avançat però amb connotacions pròpies sobretot pel que fa al pes dels sectors regulats (banca, constructores i elèctriques) a l'economia espanyola. En aquest context els diaris (la informació econòmica) segueixen sent massa semblants, com deia Xavier Vidal-Folch en referència al franquisme.

Del meu llibre “Bombolles financeres i confusió informativa. Relació entre la informació econòmica als mitjans de comunicació i la presa de decisions d'inversió”<sup>5</sup> n'extrec diverses consideracions que penso ens poden permetre fer-nos una idea del panorama actual.

En primer lloc hi ha un biaix informatiu tècnic centrat en el circuit de la informació i que ha estat perfectament analitzat per Aeron Davis, sociòleg de la comunicació que ha analitzat els circuits a través dels quals es transmet la informació de les empreses descobrint que aquests circuits sovint es retroalimenten<sup>6</sup>.

Primer de tot Aeron Davis (2006) va realitzar més de cent entrevistes entre tres subconjunts de protagonistes afectats per la comunicació empresarial: els responsables a les empreses de les relacions amb els inversors, els periodistes econòmics i els inversors professionals.

Els periodistes enquestats tenien un accés força restringit als Consellers Delegats i Directors Financers de les empreses. De fet, les empreses presenten primer els informes als analistes financers i els gestors de fons i després als mitjans de comunicació. Algunes companyies prefereixen els contactes privats amb la premsa a les presentacions públiques. En qualsevol cas, les empreses fan un seguiment molt acurat de la informació financera.

---

<sup>5</sup> Joaquim Perramon Ayza, IAFI, 2012

<sup>6</sup> Veure Joaquim Perramon Ayza (2012). Obra citada

Els enquestats coincidien en l'elevada capacitat que tenen les empreses d'influir en els mitjans, sobretot les grans. A la vegada, els periodistes enquestats veien clarament les empreses més grans i/o amb major potencial d'inversió, com les més "noticiables" per als seus lectors.

Tanmateix el principal problema que Aeron Davis posa de manifest és que el circuit informatiu es retroalimenta. Els periodistes obtenen la major part de la seva informació dels informes dels analistes, així com informació dels departaments de comunicació de les empreses i dels fons d'inversió, però a la vegada els analistes obtenen la seva informació professional dels mitjans de comunicació econòmics i de fonts institucionals. A part, es fàcil que els analistes no siguin independents, ja que les entitats a les que pertanyen, sobretot quan es tracta de bancs, poden tenir interessos en l'empresa analitzada.

En segon lloc es produeix un biaix d'aparences. Paul Milgrom (1981 i 2008) ha analitzat una estratègia comunicativa que ha anomenat com a 'joc de persuasió': l'empresa facilitarà la informació que li sigui més favorable i retindrà la més desfavorable<sup>7</sup>. Hem de tenir en compte, a més, que el 'joc de persuasió' es produeix en un context on la empresa té la iniciativa informativa i no els mitjans.

En tercer lloc hi ha un biaix estructural. Un problema addicional en el que Espanya està molt afectada i que fa referència a les empreses de sectors regulats (banca, constructores i autopistes, elèctriques, telefòniques,...) que són els principals protagonistes de la premsa econòmica. Els guanys de les empreses dels sectors regulats depenen en bona mesura de la seva relació amb l'Administració reguladora, que habitualment és una relació que sovint es qualifica de captura del regulador, i que es basa en el fet que la informació sobre el servei és asimètrica ja que, degut a l'especialització del sector o de la matèria, l'empresa té més i millor informació que l'Administració.

L'anàlisi d'aquest biaix està analitzat en el treball de "Bombolles i confusió informativa"<sup>8</sup> En aquest treball s'aporten proves mitjançant una anàlisi estadística amb dades del 2009 del diari Expansión en el que comprova un clar protagonisme informatiu de les empreses dels sectors regulats. El protagonisme de les empreses de sectors regulats encara resulta superior considerant els anuncis.

En una altra prova agafava les empreses del Dow Jones i mirava l'aparició de notícies en un determinat període en el New York Times i en el Wall Street Journal. El coeficient de correlació entre les notícies en el dos diaris era del 0,8. Per tant, el major nombre d'empreses presentaven una cobertura similar

---

<sup>7</sup> Es pot veure a Joaquim Perramon Ayza (2012) Obra citada

<sup>8</sup> Joaquim Perramon Ayza (2012). Obra citada

en el diari general i en el econòmic. També veia que les empreses de gran consum proporcionalment apareixien més en els mitjans generalistes i les empreses de sector regulats o dependents de l'administració preponderaven en la premsa econòmica.

En el cas d'Espanya em vaig trobar que la correlació entre l'aparició de notícies d'empreses del Ibex 35 a Expansión i Cinco Dias és del 98 % per cent, gairebé una correlació perfecta. Als Estat Units dos diaris econòmics i s'assemblen molt però és que a Espanya son idèntics.

És tanta la influència de les empreses dels sectors regulats a la premsa econòmica que aquestes empreses de sectors regulats acaben auto-enganyant-se perquè les 'bones notícies' individuals s'agreguen i així influeixen a l'estat d'ànim general, acabant generant un estat d'eufòria col·lectiva fals. Això és el que va passar amb la Bombolla financera i immobiliària que va punxar el 2008.

En síntesi la informació econòmica en els mitjans presentava els següents problemes:

- 1.- La informació apareguda en els mitjans té l'origen en fonts diverses però sobretot a partir de la pròpia empresa en un marc teòric definit per la informació asimètrica a favor de l'empresa i en contra del mitjà.
- 2.- Les empreses tenen un fort estímul per a influir en els mitjans, en particular quan es tracta d'empreses de sectors regulats, que és el cas predominant espanyol.
- 3.- El circuit informatiu és retroalimenta.
- 4.- La influència de les empreses i la retroalimentació contribueix també a crear un estat d'ànims general (col·lectiu) excessivament optimista. És a dir, el sistema contribueix a crear bombolles, gran o petites.

Un dels economistes més destacats en l'anàlisi de la bombolla i la crisi ha estat Robert Shiller, premi Nobel d'Economia de l'any 2013, que tenia el sobrenom de Mr. Bubble. considerava que el mitjans estan profundament implicats en els períodes anomenats d'exuberància irracional després d'analitzar la incidència dels mitjans d'informació econòmica sobre les borses en diverses etapes i en diferents països. Segons Shiller els mitjans participen activament en la formació d'opinió pública i les seves diferents categories de pensament i, a més, creen l'ambient en el que es desenvolupen els esdeveniments del mercat. Considera bàsic el fenomen de retroalimentació que es produeix en les bombolles especulatives i és aquí on els mitjans prenen una importància cabdal<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Es pot veure a Joaquim Perramon Ayza (2012) Obra citada.

## 5. La crisi del 2008

Amb els problemes que presenta la informació econòmica, no és d'estranyar que el resultat d'aquestes influències derivés en una bombolla financera i immobiliària que punxà l'any 2008 i de la que encara no ens hem recuperat.

Aquesta crisi ens ha portat a plantejar-nos diverses preguntes

1.- Perquè falla la premsa?. Es podria expressar la pregunta amb el títol del llibre “*Bad News. How the Business Press Missed the Story of the Century*”. És un llibre editat per Anya Schiffrin que recull l'aportació de diversos especialistes entre ells Joseph Stiglitz. A l'apartat anterior hem intentat respondre aquesta pregunta.

2.- Perquè fallen les autoritats supervisores? En el nostre cas perquè va fallar el Banc d'Espanya i el Ministeri d'Economia? Que els bancs s'autoenganyessin pot ser comprensible. Els biaixos informatius són individuals però acaben agregant-se en els mitjans i conformen un estat d'ànim col·lectiu. La bombolla la van fer entre tots però a partir d'una acció individual, no hi ha una conxorxa. Ara bé ¿i el Banc d'Espanya? , li correspon una tasca de vigilància del sistema. Hi han declaracions del Governador del Banc d'Espanya , Jaime Caruana, de l'any 2003 dient que no hi havia bombolla. A mi em costa molt d'entendre però vaig trobar un senyor que semblava molt savi – Juan José Millás - que escrivia aquesta profecia l'any 2003<sup>10</sup> :

*“El gran jefe del Banco de España, el ministro de Economía, y el señor Botín han asegurado, todos a la vez, que no hay burbuja inmobiliaria...Ese dinero que usted pierde en las burbujas a las que le arrastra la desesperación no se volatiliza: va a la cuenta de los ladrones. Si usted no es uno de ellos, regrese al ahorro tradicional, porque para hacerse millonario con los pisos hay que ser un Tamayo, un Balbás, un ministro de Trabajo, un sinvergüenza. La burbuja inmobiliaria, como ya lo hicieron la digital y la bursátil, estallará enseguida, y mientras los traficantes de suelo se forran el riñón con el dinero negro, usted volverá a quedarse a dos velas. Venda la casa que compró para hacerse rico, cancele el préstamo y guarde lo que sobre en un calcetín. Los precios han comenzado a desplomarse: la prueba es que el Banco de España, el*

---

<sup>10</sup> Juan José Millás. “Burbujas” El País, 27 de juny de 2003



*ministro de Economía y el señor Botín han asegurado, todos a la vez, que no hay burbuja inmobiliaria”.*

3.- Per què fallà la teoria econòmica? Per a la teoria econòmica ortodoxa això de l'estat d'ànim no compta, les bombolles son desajustos temporals i el mercat ho arregla tot. El problema de la retroalimentació no és de l'interès de la teoria.

En aquests moments, d'una banda hi ha economistes que han obert el tema de la influència de la psicologia i l'estat d'ànim a consideració i, per un altre costat, els teòrics ortodoxos – molts-encara estan intentant fer-li explicar a la teoria que va fallar i perquè va fallar, tasca des d'un punt de vista de la lògica, extraordinàriament difícil.

4.- Perquè falla el Tribunal Constitucional ? L'article 47 de la constitució diu que els poders públics promouran les condicions necessàries i establiran les normes pertinents per tal de fer efectiu el dret a l'habitatge, i regularan la utilització del sòl d'acord amb l'interès general per tal d'impedir l'especulació. D'haver-se executat i vigilat el compliment d'aquesta norma no hagués hagut bombolla. Sovint es diu que no es pot donar compliment a les normes generals com el dret a l'habitatge, però és que la constitució concreta i parla dels poders públics i de l'especulació. Per tant, des del nostre punt de vista és inexplicable la passivitat del Tribunal Constitucional; solament es pot entendre com a mostra de la fallida greu del sistema democràtic.

El resultat de la crisi i de la corrupció política ha estat devastador en els mitjans de comunicació. S'han produït diversos fenòmens i amb això el panorama informatiu és el següent:

- Molts professionals – bons professionals- van perdre la feina, van ser pre-jubilats o bé van veure com les seves condicions laborals es deterioraven extraordinàriament. L'anàlisi de la informació resulta car i periodistes qualificats van haver de veure com els destinaven a fer collonades alimentant el *facebook* o el *twitter*.
- Han aparegut mitjans digitals que han propiciat que hagi moltíssims col·laboradors en mitjans. Fora dels professionals, els mitjans digitals, no paguen les col·laboracions. Hom pot trobar articles molt ben fets i documentats i articles de molt poca qualitat.
- Hi havia un gran nombre de professors universitaris col·laborant habitualment als mitjans: Antonio Argandoña (El Periódico), Joan Tugores (La Vanguardia), Anton Costas (La Vanguardia), Francesc Granell (La Vanguardia i l'Econòmic), Guillem Lopez Casasnovas (El

- Punt/Avui i El Periódico), Andreu Mas-Colell (Ara), Josep Oliver (El Periódico i La Vanguardia), Elisenda Paluzie (El Punt), Alfred Pastor (La Vanguardia i Ara), Antoni Serra Ramoneda (El Periódico) o Antoni Soy (Ara, El Periódico, El Punt/Avui).
- També hi havia economistes de prestigi que donen molta bona informació: Miquel Puig, Alfons Duran Pich i especialistes en el seu àmbit Mariano Marzo (energia) Santiago Montero (infraestructures), Josep Fargas (Seguretat Social), Jaume Puig (Borsa), Francesc Reguant (agricultura). També entre els especialistes hi ha col·lectius de professionals (aigua, energia, etc). Havent-hi en aquells moments (i ara) una crisi de l'anàlisi periodístic, els col·laboradors prengueren rellevància.
  - Determinats economistes es van tornar molt mediàtics i tenien un estímul a opinar de tot encara que no fos la seva especialitat.
  - Amb la insatisfacció amb la informació econòmica ortodoxa davant la crisi, van sorgir informatius populars com els de Jordi Évole que resultaven extraordinàriament econòmics abordant temes que els circuits i informatius ortodoxos eviten.
  - Va augmentar també el consum de premsa internacional de qualitat. Professors d'economia com Krugman i Stiglitz col·laboren habitualment en els mitjans i se'ls pot llegir també en mitjans escrits en català o castellà que tenen acords amb mitjans internacionals. Sobre la internacionalització cal fer dues observacions: la premsa internacional no solament informa del que passa fora, sinó que es poden trobar bons reportatges sobre temes econòmics a Espanya, globals o sectorials també. En segon lloc també cal fer notar que, per exemple, Paul Krugman amb 2,5 milions de seguidors al *twitter* és un mitjà de comunicació per si sol.
  - En conjunt a les redaccions hi ha un nivell de professionalitat molt acceptable, però els temps són els que són. Com a periodistes resistents al sistema esmentaria a Andy Robinson que per la seva qualitat s'ha lliurat de la voràgina banalitzadora i Andreu Missé, un heroi que lluita per a superar la situació amb un projecte propi d'informació independent i d'anàlisi.
  - Finalment, ha augmentat l'interès per les PIME i pels projectes empresarials petits, en particular pels casos d'èxit empresarial.

## **6. Alfabetització econòmica o democratització de la informació econòmica**

Com anteriorment s'ha comentat, Robert Shiller va analitzar les bombolles financeres, o els períodes anomenats també d'exuberància irracional<sup>11</sup>, posant èmfasi en la influència dels mitjans i en el fenomen de la retroalimentació del sistema. En coherència amb aquesta teoria proposà mesures per a evitar

---

<sup>11</sup> Exuberància irracional és el títol del llibre més famós de Robert Shuiller

que una nova bombolla financera és formi i esclati desencadenant una crisi.

Per aquest motiu les propostes de Shiller anaven orientades al que ell anomena democratització de les finances. Cóm ? Reforçant les estructures informatives; posant el coneixement financer a l'abast de la població general. Esmentava l'alfabetització econòmica, augmentar el coneixement de l'economia per part del públic en general; vetllar per la competència i transparència informativa. Proposà generalitzar l'assessorament financer, és a dir, posar a l'abast del gran públic l'assessorament financer qualificat. Evidentment, l'assessorament financer havia de ser independent.

També proposà que es potenciessin els mercats de futurs de productes immobiliaris, perquè considerava que, si en el seu moment el mercat hagués considerat l'evolució futura, el mercat no s'hagués autoenganyat.

Complementàriament, Joseph Stiglitz proposava també que s'haurien d'impulsar uns estudis de post-grau sobre informació econòmica. Observis que totes les propostes giren entorn de la informació econòmica.

I a les propostes de Shiller se li va fer cas, però també es van tergiversar. La OCDE va desenvolupar el programa '*Financial Education in Schools*'<sup>12</sup>, i la Unió Europea el '*Financial Education in Secondary Schools*'<sup>13</sup>.

A Espanya, a iniciativa del Banc d'Espanya i la CNMV, es va crear un pla d'ensenyament financer a l'ensenyament secundari<sup>14</sup> i un portal d'internet anomenat '*Finanzas para todos*'<sup>15</sup>.

A Catalunya tenim el programa 'Educació Financera a les Escoles de Catalunya' (EFEC), que organitza l'Institut d'Estudis Financers (IEF) amb la Col·laboració dels Departaments d'Economia i d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya; Bancs (CaixaBank, Sabadell, BBVA, Santander, Caixa d'Enginyers); Agència Tributària i amb el suport del Col·legi d'Economistes.

L'EFEC va estructurar diversos tallers:

---

<sup>12</sup> <http://www.oecd.org/finance/financial-education/financialeducationinschools.htm>

<sup>13</sup> <http://www.efep-project.eu/index1.php>

<sup>14</sup> [https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/PlanEducacion/PlanEducacion13\\_17.pdf](https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/PlanEducacion/PlanEducacion13_17.pdf)

<sup>15</sup> <http://www.finanzasparatodos.es/>

Administrant els teus diners: gestió dels pressupostos personals. Endeutar-se? amb seny!: com evitar el sobreendeutament i com conèixer els productes de crèdit.

Inversió intel·ligent: entendre el binomi risc / rendibilitat. Finances socialment responsables.

Els dubtes quotidians d'en Jaume: situacions financeres quotidianes: consum intel·ligent, apartats d'una nòmina, pagaments *online* i introducció als tipus de canvi.

Finances per a la vida: introducció a la planificació financera personal i a l'estalvi a llarg termini.

(In)forma't per decidir: el dret bàsic dels consumidors és el dret a la informació.

A més d'aquesta formació, en referència a l'alfabetització econòmica, és de destacar l'impacte que han tingut en l'alfabetització econòmica els centres de promoció econòmica, ajudant a particulars a dur a terme el seu propi projecte empresarial. A moltes universitats també, davant les dificultats de molts alumnes per trobar feina acabada la carrera, s'han dedicat assignatures per orientar als estudiants a fer el seu propi projecte econòmic.

I arribats a aquest punt ens hem de preguntar si tota aquesta oferta informativa o divulgativa comentada contribueix a l'apoderament financer. És segur que alguns efectes ha de tenir però no sembla que millori l'apoderament financer a Espanya. Les institucions que impulsen la formació estan 'segrestades' per la Banca, com és el propi Banc d'Espanya, o son pures 'delegacions' de la Banca com l'Institut d'Estudis Financers.

A Espanya el sistema financer i la seva regulació té molts defectes. Afirmar Andreu Missé 'els bancs tenen controlat el legislatiu, el supervisor i els mitjans'<sup>16</sup>. Això, i els perills que comporta per a l'estalviador, no ho expliquen en els cursos de formació que promocionen!

L'economia espanyola es basa en grans empreses de sectors regulats (banca, electricitat, energia i comunicacions) moltes de les quals van néixer de la privatització d'empreses públiques i que exerceixen una influència extraordinària sobre l'Administració. Sovint estan governades per alts funcionaris o polítics; fenomen conegut com el de 'porta giratòria', Aquest model de capitalisme encaixa en el que s'ha anomenat '*crony capitalism*' que a Espanya ha pres el nom de '*capitalismo de amiguetes*'.

Aquests problemes van lligats als propis problemes que presenta el sistema polític. No hi ha una

---

<sup>16</sup> Entrevista al periodista Andreu Missé, autor de '*La gran estafa de las preferentes*' Ara, 10/10/2016

separació de poders polítics. És prou conegut que el poder legislatiu no té cap independència del executiu, queda supeditat a la funció de control que, en cas de que hi hagi una majoria absoluta, resta molt limitada.

El poder judicial també depèn en alguns casos directament del nomenament de magistrats a través del poder executiu o dels partits polítics que s'alternen en el legislatiu. Però a part, hi ha una influència molt forta a través de la fiscalia que depèn de qui governa. Sovint el poder judicial solament tracta allò que la fiscalia denuncia.

Cada cop està més clar que a Espanya la corrupció era i, potser és, sistèmica. Els grans partits s'han finançat cobrant un percentatge de les despeses de l'obra pública, o per requalificacions urbanístiques. Aquest fenomen, que els partits polítics no veuen, és evidentíssim pels humoristes dels diaris com Forges (veure acudit en annex) o per alguns autors d'obres teatrals com "Corruptia. Una regió de l'est". I tants i tants...

Amb els anys, el servilisme de l'Administració al sector del totxo s'ha fet més subtil. Esmentàvem abans l'article 47 de la Constitució. Com se li dona la volta ? A Sant Adrià de Besòs, per exemple, segons la valoració que es desprèn de l'estudi econòmic que acompanya el Pla Director Urbanístic (PDU) de Les Tres Xemeneies, el valor dels terrenys dels privats, ateses la previsió d'ingressos i despeses, era de 52 milions d'euros. Tanmateix el propietaris privats van encarregar la gestió a Metrovacesa mitjançant la fórmula de constituir una societat denominada «Front Marítim del Besòs S.L.» a la que Endesa i Banc de Santander aporten els terrenys i, com que Metrovacesa és una empresa cotitzada, es poden consultar els seus balanços, resultant que els solars aportats per Endesa i Santander, ateses les expectatives que s'han fet amb l'edificabilitat definida per l'Administració a la zona, s'han valorat en 150 milions, 98 milions d'euros per sobre del que es desprèn de l'estudi econòmic del PDU !!!

L'article 47 de la Constitució diu que "tots els espanyols tenen dret a un habitatge digne i adequat. Els poders públics promouran les condicions necessàries i establiran les normes pertinents per tal de fer efectiu aquest dret, i regularan la utilització del sòl d'acord amb l'interès general per tal d'impedir l'especulació. La comunitat participarà en les plusvàlues que generi l'acció urbanística dels ens públics". Tanmateix, amb la valoració del sòl feta per la Generalitat, poc ho veu que hi hagin 98 milions de plusvàlues, malgrat que surti en el balanç dels privats. I l'Àrea Metropolitana de Barcelona, amb un 20 % del sòl allà mateix, tampoc ha vist res.

Aquesta manera de fer del Departament de Territori no és exclusiva per a Sant Adrià, es generalitzada per a qualsevol territori. I es fa a través d'una metodologia d'anàlisi de les promocions urbanístiques difícil de demostrar que és falsa, perquè, tractant-se de previsions a futur, i no tenint certesa del futur, passa allò de que el 'paper ho aguanta tot'. En el cas de Sant Adrià, se'ls ha vist el llautó a partir del preu acordat pels privats, que servirà com a referència per a repartir-se els guanys de la promoció urbanística.

Aquest "fer l'orni" institucional, evidentment, afecta els mitjans d'informació econòmica i condici-ona també el model de creixement. Per molt que es parli de que es vol un model de creixement amb indústria del coneixement, el sistema econòmic tendeix cap al 'totxo', amb els seus problemes, com son la baixa productivitat i l'esgotament periòdic que porta a la crisi.

## **7.- La premsa econòmica digital. El cas de Via Empresa**

Via Empresa és un diari econòmic digital que va néixer fa 10 anys partint d'un projecte impulsat per Ramon Grau (Empresari fundador de diversos mitjans de Ràdio Sant Cugat, Diari de Sant Cugat, Tot Sant Cugat i president de l'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació) i Carles Flo, ex-direc-tor del diari Avui, per fer una revista econòmica del Vallès anomenada B30 que es va publicar durant 5 anys i que fou liderada per Carmen S. Laraburu, una professional amb una gran experiència en el periodisme econòmic i sota l'empara del diari Avui.

La transició de B30 a Via Empresa es va fer a través de Francesc Castanyer, llicenciat en Periodisme per la UAB i postgrau en Direcció Estratègica de la Comunicació per ESADE. La direcció periodís-tica ha estat a càrrec de Laia Corbella, Neus Navarro, Víctor Costa i actualment Elena Busquets.

Al mitjà s'hi pot accedir per una subscripció gratuïta que permet rebre diàriament mails amb una relació de notícies, per exemple, fins a 10 notícies. La primera notícia de la relació està destacada i també hi ha l'anomenada '[bona notícia](#)', promoguda per CaixaBank i la '[xifra del dia](#)' promoguda *EAE Business School Barcelona* (Grup Planeta). El lector, o el propi autor, té la possibilitat de com-partir un article que li hagi agradat a les xarxes, la qual cosa també ha estat extraordinàriament efec-tiva per a la promoció comercial.

La relació de notícies no té l'estètica d'una pàgina compaginada per un professional del disseny, però

és extraordinàriament efectiva i adequada. Existeix també la pàgina dissenyada, a la que s'hi accedeix directament a través de Google o un altre cercador, però a mesura que s'avança en les seccions del mitjà, s'imposa la relació com a forma de presentació de la informació. El tema és important. La Vanguardia i El Periódico van perdre la batalla dels anuncis classificats contra empreses sense pràcticament recursos, per no reaccionar a temps i per fer un disseny del mitjà que no permetia ni posar informació sense cost, ni permetre accedir adequadament a la informació que l'usuari requeria.

El contingut, informació, s'estructura en les seccions següents:

1. [Economia general](#)
2. [Empresa](#).
3. [Emprenedoria](#).
4. [Innovació](#).
5. [Articles d'experts](#) . Es tracten temes molt especialitzats per experts molt determinats.
6. [Territori](#). L'atenció al territori és un fet diferencial d'aquesta publicació. Es nota molt que es tracta d'una publicació que neix al Vallès i no a Barcelona i mostra que l'atenció al territori té molt potencial perquè el mitjà pot prestar suport a diverses institucions, no ja publicitàriament, sinó amb molt interès informatiu.
7. [Rànquings](#) Per exemple, rànquings d'escoles de negoci, universitats, hotels...
8. [Afterwork](#) (lleure: gastronomia, exposicions...)
9. [Opinió](#) . S'ajunten l'opinió dels periodistes de Via Empresa, professionals vinculats a Via Empresa i altres externs.
10. Agenda
11. ["In English"](#) . Articles en anglès, possiblement tinguin a veure amb alguna subvenció oficial.

A diferència de la premsa econòmica en paper, no hi ha un predomini quantitatiu de la informació d'empreses regulades. Aquest és un avantatge del format digital on es pot obtenir espai addicional gairebé sense cost. Via Empresa, si és capaç i té voluntat, disposa d'espai per publicar bons treballs.

Que els sectors regulats no acaparin el 70 per cent de la publicació, com passa amb els mitjans en paper especialitzats en economia, no significa que les empreses regulades no tinguin una gran influència en un mitjà que s'ha de nodrir dels ingressos de publicitat, subvencions i compres d'empreses i institucions.

És interessant analitzar [l'edició especial](#) que va fer Via Empresa amb motiu del 10é aniversari. El mitjà es recolza en les empreses de sectors regulats (banca, energia...), les patronals i cambres de comerç, grans institucions econòmiques (Fira, Port, Zona Franca i F.C.Barcelona), escoles de negocis, Administracions Públiques i empreses de consum (Damm, Mercadona...). Els anuncis els obren i els tanquen empreses de sectors regulats (Naturgy i Iberdrola).

Està clar que hi ha una dependència econòmica del mitjà, però la informació es pot portar amb més o menys gràcia: pot ser una màquina de traslladar la consigna dels poderosos o por prestar un servei a moltes empreses i institucions i crear un valor d'interès pel lector, que és el que, des del meu punt de vista, ha aconseguit Via Empresa. El principal ingredient de la fórmula ha estat la vocació i el treball dedicat a fer informacions de qualitat. La feina dels periodistes de plantilla ha estat molt meritòria i també hi ha un equip de col·laboradors que aporten informació d'acord amb el seu àmbit d'especialització, havent-se evitat un problema de molts mitjans consistent en tenir una plantilla inamovible de col·laboradors que ens avorreixen 'sabent sempre de tot'. Entre els col·laboradors més estables són de destacar Josep Francesc Valls, Esteve Almirall, del món de la formació empresarial, Genís Roca, Josep Maria Ganyet i Xavier Roig de la tecnologia, Toni Rodríguez, periodista que aporta memòria històrica, i l'enigmàtic Roger Vinton, dedicat a les xarxes ocultes del poder.

N'hi ha i n'hi ha hagut molts col·laboradors més, per exemple Joan Majó i altres. La gestió de col·laboradors en els mitjans digitals és particularment difícil. Es tracta de trobar especialistes, disposats a divulgar temes d'interès general, normalment sense remuneració econòmica i amb una repercussió que pot ser molt efímera simplement perquè hi ha un continu de temes que flueixen diàriament. Una de les poques coses que poden ser d'interès per a un col·laborador és, simplement, que els treballs quedin arxivats a la plataforma, i això es fa.

Des del meu punt de vista Via Empresa trenca la regla de la informació exclusiva de les empreses de sectors regulats i això, en informació econòmica, és un èxit, tant que el problema radica en com es pot arxivar aquesta informació tan interessant.

## **8. Informació econòmica des de la Universitat: 5 Cèntims i Nada es Gratis**

*5 Cèntims i Nada es Gratis* son dos exemples d'iniciatives de científics per a divulgar la investigació universitària en economia. *5centims.cat* és un blog creat el 2021 al si de la Societat Catalana d'Economia (SCE) i gestionat per la Comissió del Blog d'Economia Catalana de la SCE, que està formada per Xavier Cuadras Morató i Modest Guinjoan que són, a la vegada, els promotors del projecte. El



seu objectiu és estimular, difondre i apropar el debat econòmic actual a la ciutadania i als actors institucionals i polítics, esdevenint un pont entre el món de la recerca acadèmica dels economistes i les inquietuds de la societat catalana.

*Nada es Gratis* té uns objectius similars, però en castellà i amb un espai territorial més ampli. Nasqué l'any 2009 sota els auspicis de la *Fundación de Estudios de Economía Aplicada* i des de l'any 2014 és un blog independent gestionat per la *Asociación Nada es Gratis* de la que en són presidenta i vice-president Libertad González i Gerard Llobet.

En els dos blogs, investigadors econòmics de molt nivell exposen les seves investigacions, que són importantíssimes per entendre l'economia. Per exemple, els treballs publicats per Gerard Llobet a *Nada es Gratis* són essencials per entendre les inversions en l'AVE. En el cas de *5 cèntims*, acaba de publicar (23/06/2023) l'article número 200 de Jaume Ventura (que acaba de rebre el Premi Nacional de Recerca 2022), dedicat al comerç regional europeu i com afecten les barreres estatals i regionals al comerç de mercaderies a partir de l'anàlisi de *big data*, informació que permet conèixer relacions de comerç regional que l'estadística oficial no ofereix.

Disposar d'aquesta informació elaborada per un floret d'excel·lents investigadors que s'han esforçat per a fer-la entenedora és un luxe. Ells són els més capaços per analitzar amb rigor fenòmens com els esmentats (AVE, comerç internacional) o com la metodologia dels plans urbanístics o les bases dels contractes públics.

El problema d'aquests dos importantíssims blogs, és que no tenen ressò. Tanmateix, actualment podrien tenir ressò amb el suport de publicacions com *Via Empresa* o altres diaris econòmics digitals. Fa poc també ha sortit 'On Economia'. Com hem vist anteriorment amb el cas de *Via Empresa*, aquests mitjans no tenen la restricció d'espai i poden donar entrada als treballs dels investigadors. Des del meu punt de vista, també és necessari que siguin periodistes professionals els que s'ocupin de divulgar els treballs, i crec que el periodistes de *Via Empresa* o *On Economia* estan perfectament preparats per a fer-ho.

## **9. Conclusions**

La perspectiva històrica ens mostra una associació molt gran entre informació econòmica i condicions

polítiques: a més democràcia millor informació econòmica i a millor informació econòmica més democràcia.

Actualment, l'oferta d'informació econòmica està dominada per les empreses de sectors regulats. Els mitjans són purs transmissors de la notícia generada per l'empresa i el circuit de la informació tendeix a l'autoengany, la creació de bombolles, l'exuberància irracional i la crisi.

Aquest defecte dels circuits de la informació són propis de tots els països avançats, però a Espanya es manifesta amb més cruïda, perquè la premsa no és econòmicament independent i hi ha un predomini de grans empreses de sectors regulats que exerceixen una gran influència sobre la premsa i el sistema polític regulador del seu sector

El Banc d'Espanya, que no és independent de la Banca privada, va ser absolutament passiu front la bombolla immobiliària i financera que punxà l'any 2008, creant una profunda crisi. Igualment fracassà el Tribunal Constitucional pel que fa al compliment de la pròpia Constitució en el seu mandat que obliga als poders públics a que promoguin les condicions necessàries i estableixin les normes pertinents per tal de fer efectiu el dret a l'habitatge, tot regulant la utilització del sòl d'acord amb l'interès general per tal d'impedir l'especulació.

Després de la desfeta de la crisi, amb una injecció de recursos per part de l'Estat que, a diferència d'altres països, no s'ha recuperat, el Banc d'Espanya promou, per una banda, la divulgació de finances domèstiques entre els escolars mentre que, per l'altra, segueix fent l'orni davant qüestions fonamentals per a la protecció del sistema bancari, com és la seva responsabilitat en la crisi del 2008.

En conjunt, hi ha una gran diversitat de pensament que es manifesta en els mitjans d'una manera o una altra. L'anàlisi de Via Empresa mostra com, en aquest mitjà digital, es trenca la regla de que la informació econòmica afecta majoritàriament a les empreses de sectors regulats i pren molt protagonisme la creació d'empreses, la innovació i la tecnologia. Gràcies a Internet hi ha més informació que mai.

Això no deriva necessàriament en un procés d'apoderament financer econòmic. Les finances, com proposa Robert Shiller, no es poden democratitzar en un país que és poc democràtic. Sort que estem a la Unió Europea i hi ha dinamisme econòmic que es pot aprofitar. La qualitat de la informació econòmica va lligada amb la qualitat del sistema democràtic. I tothom pretén ser demòcrata, però hi ha comportaments i accions, com és la corrupció, que són deslleials amb la democràcia. La informació

econòmica independent tampoc ha de servir per fer cap revolució, sinó per millorar i enfortir el sistema democràtic.

L'experiència de diaris digitals dedicats a la informació econòmica ens dona molt optimisme. La influència de les empreses dels sectors regulats segueix essent un condicionant, no protagonitzen la informació però sí els anuncis, per tant, el finançament; tanmateix els diaris digitals no tenen les limitacions d'espai de la premsa en paper, de manera que la informació econòmica s'ha ampliat moltíssim, hi ha molta informació econòmica d'interès general, la qual cosa obra la possibilitat d'obtenir altres fonts d'ingressos, com són els institucionals o d'anuncis d'empreses productores de béns de consum.

Aquesta tendència positiva es podria complementar molt bé si els diaris econòmics digitals aprofitessin els articles de determinades iniciatives universitàries com "5 Cèntims" o "Nada es gratis". Hi ha temes econòmics molt complexos que aquests blogs poden tractar molt bé i, malgrat no tinguin ressò, podrien esdevenir una important font informativa dels diaris econòmics digitals.

#### 10. ANNEX. El drama de l'economia espanyola i de la informació econòmica

