



El periodisme que sap on va

 *The New York Times* ha superat aquest mes els 425.000 subscriptors a la seva edició digital. Un èxit colossal -la versió de paper en té vora de 850.000- aconseguit en menys d'un any. Parlo de gent que paga per accedir a tot el diari en línia, encara que sigui senzill saltar-se la tanca de pagament, que s'aixeca quan arribes als 20 articles de franc. Parlo d'un diari que esmerça tres milions de dòlars l'any en la cobertura de l'Iraq. Potser per això es guanya la confiança -i els caleçons- de tanta gent.

El *Times* ha reduït la seva redacció en un centenar de persones i ha collat les despeses, sí. És admirable com ho fa. El primer que s'hi posa bé és el sindicat de periodistes de Nova York, que defensa la política del diari de no retallar personal de les àrees digitals a canvi d'igualar el conveni dels periodistes digitals amb els de paper. Això vol dir millors salaris per a aquells i... més hores de feina per a aquests. Es tracta de "no perjudicar el futur digi-



tal de l'empresa, que és per on van les coses en aquest moment", diu el president del sindicat, Bill O'Meara.

A casa nostra s'acomiaden periodistes cada setmana. I molts -també dels que es queden a les redaccions- estan mal equipats per al present digital. És un drama del qual les primeres responsables són les empreses editores, que haurien d'obligar-se a mantenir el seus professionals preparats. Per això cal aplaudir la iniciativa del Col·legi de Periodistes d'obrir el Centre de Formació i Desenvolupament, que es dedicarà a coordinar l'oferta de formació dels periodistes en àrees claus per al seu futur professional. El centre, explica el Col·legi, "està ideat també per als professionals més consolidats que volen reciclar-se". Bravo. Quantes empreses del sector han col·laborat amb el Col·legi per engegar aquesta iniciativa, de la qual es beneficiaran abans que ningú? Sí, és una pregunta retòrica.