

# Radiografia del periodisme cultural

Després de la mort de Franco i durant les primeres passes cap a la transició democràtica, el periodisme cultural va iniciar el seu camí com a tal a Espanya. Entre la dècada dels setanta i la dels vuitanta es va evolucionar des d'una quasi inexistent presència en els mitjans, a la introducció de la secció de cultura en els diaris. I amb això cobrava vida la figura del professional especialitzat. Aquesta és una radiografia de l'estat actual del periodisme cultural i la seva filosofia en el país.

F. L. DEL PINO OLMEDO  
Fotos: JORDI GRATACÓS

Si bé el periodisme té la missió precisa d'informar, cada especialització de l'ofici afronta els seus propis reptes i responsabilitats, més enllà del principi bàsic. En el cas del periodisme cultural, la seva missió és, a parer de Llàtzer Moix, redactor en cap de la secció de Cultura de *La Vanguardia*, la mateixa que el periodisme sense adjectius: la novetat informativa d'interès "i també un aparell crític per orientar el lector en un territori cada cop més complex". Per a Moix, aquest tipus de periodisme pot tenir alguna cosa de formació contínua, "postescolar", en la mesura que sigui capaç de descobrir al lector nous i enriquidors horitzons.

L'ètica i la profunditat han d'anar estretament unides, afirma el cronista i crític cultural de *l'ABC*, Sergi Doria (Doctor i professor d'Història del Periodisme a la UIC), qui explica que si no es treballa el producte cultural i només s'arriba a la superfície, i ens quedem en el refrany de la promoció, no obrem amb ètica envers els lectors " Però això no vol dir", aclareix Doria, "que el periodista cultural es cregui un oracle, sinó un humil orientador d'alguna cosa tan intangible com el gust estètic". En opinió de Pilar Maurell, fins fa poc cap de Cultura d'*El Mundo* de Catalunya: "És important donar-li al lector les armes suficients perquè sigui capaç d'analitzar per si mateix el que passa". I això, afirma, "a pesar de les presses, les pressions generals que poden haver-hi i el tipus de periodisme cultural que tingui cada diari". Rosa Mora, periodista d'*El País*, creu que el periodisme cultural és crònica del seu temps: "Potser en el seu moment no vam valorar suficientment, per exemple, les que publicava la revista *Destino*, i ara vistes des de la distància resulten excel·lents per comprendre les claus d'una època".

## EL PROTAGONISME DELS SUPLEMENTS

Els suplementes literaris i culturals han aconseguit un important auge en els últims temps. David Castillo, fundador i responsable del suplement cultural del diari *Avui*, del qual és responsable des de fa 15 anys, reflexiona sobre el canvi operat en la revistes literàries a favor dels suplementes culturals: "Un canvi en



En l'actualitat es poden trobar diferents publicacions de caire cultural

## En els últims anys els suplementos literaris i culturals han viscut un important auge

la crítica, que s'ha fet més informativa, fins i tot en les revistes literàries que sobreviuen". Tot això, explica, ha provocat una certa "trivialització" i la funció d'aquest periodisme cultural de nivell mitjà que connecta molt millor amb la gent del carrer, juntament amb l'aparició de programes culturals en les televisions públiques, fomenten, en la seva opinió, la divulgació d'un tipus de literatura de consum que pot afavorir el sorgiment d'una mena de

novel·la comercial i a la vegada de qualitat, a més d'un assaig de més volada i no tan gremial com el que s'havia publicat habitualment.

Rosa Mora, al seu torn, reconeix que els suplementos literaris i culturals han esdevingut una competència molt seriosa per a les revistes culturals, encara que assenyalava que segons un informe realitzat per la SGAE sobre hàbits de consum cultural, en realitat tenen molt poca influència en el públic general, encara que sí influeixen en els circuits generadors d'opinió. Són valorats, explica, per autors, agents literaris i editors quant allò que es publica pot formar part dels currículums dels escriptors: "En gene-

## LA VISIÓ DE L'EDITOR

Jaume Vallcorba, editor de *Quaderns Crema* i *Acantilado* creu que el periodisme cultural de qualitat és bàsic per a la correcta difusió d'obres poc conegudes o autors amb poca presència en els mitjans de comunicació. Una bona presentació que situï l'autor o la seva obra des del coneixement i l'entusiasme, assegura Vallcorba, fa més per un llibre o un autor que qualsevol publicitat directa: "Però no sempre una notícia entusiasta genera automàticament una resposta lectora" adverteix aquest conegut editor: "Per algun motiu que desconec (més enllà de les capritxoses lleis de la probabilitat) dues ressenyes amb entusiasmes paral·lels redactades pel mateix crític autoritzat d'un parell de llibres distints produeixen efectes del tot divergents". "Probablement -opina Vallcorba- el millor periodisme cultural sigui aquell que és capaç de generar opinió i tendència al marge de les tendències dominants".

ENTREVISTA A SERGIO VILA-SANJUÁN, PERIODISTA

## «Hi ha una nova generació que està renovant el periodisme cultural»



Sergio Vila-Sanjuán ha deixat la seva empremta al llarg de quasi trenta anys dedicats al periodisme cultural. Llicenciat en Història, ha estat responsable durant nou anys del suplement Llibres de *La Vanguardia*, i actualment és coordinador de redacció del suplement Cultura/s d'aquest diari. Ha publicat recentment *Crónicas culturales* (Debolsillo), un savi i amè repàs del món de la cultura.

**Insondables són els camins del periodisme, o això sembla, després de defugir la incorporació a l'ofici venint d'una família de periodistes, com explica en el seu llibre. Se sent periodista?**

Em sento periodista cultural, crec que el que sóc és això. Sóc periodista, però objectivat, perquè he provat altres tipus de periodisme. Realment en el que em sento a gust, i crec que m'he realitzat, que he aconseguit el meu destí, és en el periodisme cultural.

**Una especialització que no existia abans de la dècada dels setanta, no?**

El periodisme cultural és relativament jove i la seva evolució històrica està marcada per la democràcia. És entre els anys setanta i vuitanta quan es realitza

el canvi que portarà a tots els diaris importants a tenir seccions de cultura. Es dona en aquells temps també un fenomen important quan la cultura, que no ha estat mai en el centre de la preocupació social, s'incorpora a aquesta societat. Això succeeix, sobretot en els anys de govern socialista, que sent una gran preocupació per muntar el que s'anomena l'estat cultural. Des d'aleshores, i tant és qui governi, ha de preocupar-se per la cultura d'una forma molt evident. **Ha contribuït el periodisme cultural a augmentar el nivell de la societat?**

Actualment, quan es vol parlar d'alguna cosa banal o frívola es diu que és mediàtica, però crec que, efectivament, el periodisme cultural a Espanya ha fet una labor divulgativa i culturitzadora important. I en una societat a la qual s'acusa de tendència a la banalització, el periodisme cultural intenta indicar una sèrie de valors i de punts de referència per fer ciutadans reflexius, ciutadans que posseeixin una consciència crítica i una capacitat de comprensió, i que no claudiquin davant la banalització. Enfront *Salsa rosa* o *Gran hermano* el que s'ha de fer en el món mediàtic és llegir la secció de cultura dels diaris.

**En quina situació es troba el periodisme cultural català?**

**«Enfront a *Salsa rosa* o *Gran hermano* s'ha de llegir la secció de cultura dels diaris»**

Jo crec que entre 1967 i 1973, que és quan es publiquen les grans entrevistes del món catalanista fetes per Baltasar Porcel, el periodisme cultural d'esquerra i feminista de Montserrat Roig, i dos llibres: *Las crónicas italianas* de Terenci Moix, i *24x24* d'Ana María Moix, hi ha una collita molt bona de periodisme català que és important.

Aquest és un moment molt alt i els que hem vingut després hem intentat estar a l'altura. Ara hi ha una nova generació que té entre 30 i 35 anys que funciona una mica en bloc, que està renovant el periodisme cultural, com nosaltres també ho vam intentar.

ral, hi ha certa tendència a l'academicisme i molts han perdut la capacitat de sorprendre el lector". Segons Mora, "val la pena destacar l'enorme agilitat del suplement de llibres d'*El Diari de Catalunya*. Per a Sergi Doria, els suplementes culturals constitueixen o haurien de constituir un rabeig entre els onatges de novetats. "La missió del suplement no hauria de ser l'espectacularització dels productes culturals, sinó la seva "digestió" reposada, la valoració *a posteriori* i l'orientació dels lectors a partir de les apostes d'aquest suplement i no del tribut a la cultura espectacular". Maurell, per la seva part, creu que els suplementes culturals a Espanya han rebaixat bastant les

## Enfront de les premses habituals, els suplementes culturals aporten certa reflexió

que provoca en la seva opinió, que en moltes ocasions es vagi a allò conegut, "i no ens adonem que hi ha iniciatives excel·lents que hauríem de tractar en les nostres pàgines".

### ELS SUPLEMENTS EN CATALÀ

David Castillo pensa que en el periodisme cultural que es fa en català, l'*Avui* està pràcticament sol, encara que valora la importància de *Presència (El Punt)* i de la literatura catalana present en els diaris escrits en castellà: "Crec que hem de felicitar *El País* per mantenir el suplement en català". "I també els crítics i periodistes que es preocupen per la cultura catalana com Guillamón, Rosa Piñol, Gelli, Vila-Sanjuán, Pagés, Cestany, Ernest Farrès." Castillo manifesta que tampoc s'ha d'oblidar la desaparició de totes les revistes culturals que es publicaven en català com *Lletra de canvi* o *Serra D'Or*, entre altres.

### CAPITALITAT EDITORIAL

Es correspon el periodisme cultural que es fa a Barcelona, amb la importància de la ciutat com a capital editorial i metròpoli multicultural? La majoria dels periodistes creuen que és així, però pel que fa a la capitalitat editorial de Barcelona semblen qüestionar-la les últimes dades facilitades en l'informe de comerç interior de la Federació de Gremis

seves exigències de qualitat, però que aporten certa reflexió davant el problema fonamental dels periodistes que treballen el dia a dia, que són les premses, el

PREMI TURÍSTIC INTERNACIONAL  
PRESS | RADIO | TV



▶▶ BASES

## [Pica d'Estats]

PRESS | RADIO | TV

▶▶ El Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida convoca el XVI Premi Turístic Internacional de Premsa, Ràdio i Televisió Pica d'Estats, dirigit als professionals de la informació.

▶▶ [tema]

La temàtica se centrarà en els aspectes turístics de les comarques de Lleida.

▶▶ [originals]

Hi podran optar tots els treballs presentats en qualsevol idioma de qualsevol país del món, publicats o emesos en premsa escrita, ràdio o televisió des del 17 d'octubre de 2003 fins al 16 d'octubre de 2004.

Les bases del premi seran publicades el 15 d'octubre de 2004 al *Butlletí Oficial de l'Estat* i en un diari de difusió estatal.

▶▶ [termini]

La presentació dels treballs es farà en el termini d'un mes, a comptar des de l'endemà de la publicació de la convocatòria al *Butlletí Oficial de l'Estat* (període d'inscripció de treballs del 16 d'octubre al 16 de novembre de 2004). Els treballs hauran de ser lliurats pel mateix autor o autors, o per qualsevol persona o entitat que n'acrediti el consentiment, i remesos al president del:

**PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ**  
Rambla Ferran, 18, 3r 25007 LLEIDA

**a ]** Periodisme imprès: un exemplar de la publicació en la qual va aparèixer.

**b ]** Ràdio i televisió: gravació de les informacions o els reportatges que es presentin. En el cas de programes informatius, una selecció de tres programes unitaris tal com es van emetre.

▶▶ [premis]

S'atorgaran 7 categories de premis:

- PREMSA ESCRITA 6.000 euros
- RÀDIO 6.000 euros
- TELEVISIÓ 6.000 euros
- PREMSA ESPECIALITZADA EN VIATGES I TURISME 6.000 euros
- INTERNACIONAL 6.000 euros al millor treball de premsa, ràdio, magazín especialitzat o televisió publicat o emès a l'estranger.
- A LA TRAJECTÒRIA 3.000 euros a la trajectòria en la difusió dels atractius turístics de les Terres de Lleida a criteri del jurat sobre la base dels treballs presentats en les diferents edicions.
- PREMSA LOCAL 3.000 euros. Hi podran optar tots els mitjans de comunicació de les Terres de Lleida. Un mateix autor podrà optar a més d'un premi.

El premi podrà ser declarat desert si el jurat ho considera oportú.

▶▶ [jurat]

El jurat el formaran professionals del món de la informació en les modalitats de premsa, ràdio i televisió.

▶▶ [veredictes]

El jurat es reunirà i donarà a conèixer el veredictes del XVI Premi Turístic Pica d'Estats el 29 de gener de 2005.

[www.lleidatur.com](http://www.lleidatur.com)

**Ara LLEIDA**



**Diputació de Lleida**  
Patronat de Turisme

PATRONAT DE TURISME - DIPUTACIÓ DE LLEIDA

Rambla Ferran, 18, 3r · 25007 LLEIDA · CATALUNYA · SPAIN  
Tel. 973 24 54 08 · Fax 973 24 55 88 · e-mail: [lleidatur@lleidatur.com](mailto:lleidatur@lleidatur.com)

**36.000 €**  
premi premis prizes



## LES REVISTES CULTURALS

L'aportació al periodisme i a la societat de les revistes culturals que es publiquen a Catalunya és diferent segons els seus mitjans, el tipus i el mercat al qual van dirigides. Jorge de Comingés, director de la revista *Qué leer* defineix la seva filosofia: "En el cas de *Qué leer* existeix una especial atenció a un públic popular, afeccionat a la lectura encara que no especialment elitista". Quan va sortir la revista l'any 1996, Comingés recorda que va semblar una fórmula massa arriscada: "I ha quedat feliçment comprovada que podia funcionar". En diferent panorama es mou la revista *Lateral*, amb deu anys de vida, el director de la qual, l'hongarès Miháli Des, és escèptic pel que fa a la contribució de les revistes culturals, que xifra en "molt poc": "Fins i tot, aquest poc a penes es nota en una vida cultural obsesionada pels resultats econòmics i mediàtics. Però, almenys en casos afortunats, es tracta d'una aportació de qualitat i de llarga alenada. Tampoc es demana molt més", manifesta. Per al seu gust les revistes que es fan tant a Catalunya com a Espanya solen ser pedants o frívols. "Per això vaig sentir la necessitat de fer una de diferent", declara. *Quimera*, la decana de les revistes culturals a Catalunya, pretén, segons el seu director, Fernando Valls, cridar l'atenció sobre temes o autors que els semblen importants o insuficientment coneguts o valorats i als que no se'ls presta l'atenció que mereixen: "També hem volgut cultivar una crítica a alguna cosa més profunda i meditada que la que sol aparèixer en els suplementes dels diaris". Valls, afirma que la revista té una independència absoluta, i que potser aquest sigui el motiu pel qual les editorials prefereixen inserir la seva publicitat en altres publicacions amb les quals poden negociar entrevistes o ressenyes: "Em sorprèn que les poquíssimes vegades que hem rebut pressions d'una editorial han vingut de petits editors. Els més prestigiosos i grans saben molt bé de quines cordes poden tirar". Jorge de Comingés reconeix que "a *Qué leer* procurem que totes elles vagin apareixent en les pàgines de la revista. Però és innegable que hi ha editorials que publiquen coses molt més interessants que altres", comenta.

d'Editors d'Espanya, el 2002: a Catalunya es produïren 26.214 títols i a Madrid, 29.594, encara que la facturació encara és superior a Catalunya, per la major producció de títols de venda a crèdit.

Llàtzer Moix no té cap dubte sobre l'excel·lència de les seccions de cultura de la premsa barcelonesa, que estan, en la seva majoria, afirma, formades per

persones amants de la matèria que tracten.

"Amb totes les reserves que calguin, i sense que això signifiqui que no es pugui millorar, les

seccions de periodisme cultural barceloneses estan a l'altura de la seva ciutat". A parer de la periodista d'*El País*, Rosa Mora, Barcelona compta amb bons periodistes culturals i destaca com a notable la incorporació de gent jove molt interessant. També li sembla que malgrat que s'estigui a l'altura d'una capital editorial, el periodisme cultural no té influència en el sector editorial: "Des de fa més de dos anys, per exemple, es qüestiona en els diaris la sobreproducció editorial sense que aquest el prengui en la menor consideració", explica.

#### SERVILISME EN LA PROFESSIÓ?

El fenomen que més ha influït en l'evolució del periodisme cultural durant els últims anys, és, a parer del redactor en cap de Cultura de *La Vanguardia*, la consolidació, ja quasi hegemònica, de la indústria cultural. Davant la qüestió que existeixi servilisme en la pràctica del periodisme respecte a les editorials, Moix és rotund: "Existeix". "Particularment en aquells mitjans que pertanyen a grups de comunicació que també posseeixen editorials". Però Moix, explica que això no succeeix sempre: "A vegades, els suplementes literaris d'un diari es carreguen un llibre que en la secció cultural del mateix diari ha estat presentat amb to i espai generosos". I afegeix: "En mitjans que no comparteixin interessos comercials amb editorials, aquest servilisme no s'explica de cap manera". Per a Doria, més que servilisme caldria assenyalar un cert "seguidisme", motivat per la celeritat d'un mercat cultural dominat per la novetat. Amb més de seixanta mil títols a l'any, explica, la producció editorial marca el pes de la informació en els mitjans i promou l'accessibilitat d'aquests als autors: "No cal dir que no pot haver-hi una selecció solvent si els redactors culturals no posseeixen suficients elements

### «Les seccions de cultura de Barcelona estan a l'alçada de la ciutat» (Llàtzer Moix)

# Assegurances de cotxe

**Per pertànyer al COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA tindrà descomptes especials en l'assegurança de cotxe.**

**10%  
dte.**

**Demani ara pressupost sense compromís!**

**902 30 30 30 • [www.regal.es](http://www.regal.es)**

Feiners de 8 a 22 h

Indiqui el codi CCEO en sol·licitar pressupost



**Regal Insurance Club**

Canal Directe de Liberty Insurance Group, S.A.

## LA CULTURA EN RÀDIO I TV

El programa *Fum d'estampa* de *Catalunya Cultura* és un cas insòlit ja que, segons el seu director i realitzador del programa de llibres, Jordi Llavina, és l'únic programa de ràdio de l'estat que dedica, diàriament, dues hores i mitja al tema cultural. Després de cinc anys d'emissió i un Premi Atlàntida (2001) ha esdevingut un autèntic far per la seva profunditat i per donar-ho tot en un món on, a parer del seu responsable, la cultura constitueix, en la ràdio com en la majoria de mitjans de comunicació, "un assumpte si no residual, sí almenys d'importància secundària o menor". Llavina es lamenta que el programa de llibres de la televisió pública catalana no hagi estès cap pont amb *Fum d'estampa*: "Em resulta descoratjador que el programa *Alexandria* no hagi fet res per col·laborar amb nosaltres, malgrat el nostre continu interès".

*Mil·lenium* i *Saló de Lectura* són dos exemples diferents de bon periodisme cultural a la televisió. El primer, del canal 33, dirigit per Ramon Colom, es va emportar el Premi al millor programa de televisió en llengua catalana. Colom recorda la seva etapa com a màxim responsable de TVE i valora la programació cultural d'aleshores: "En la meua època es van fer coses però escampades. El que va fer el PP va ser el mateix però més deteriorat. M'agradaria que moltes d'aquestes coses ara canviessin". Precisament amb el nou canvi de direcció i davant la possibilitat que es prodigui més el periodisme cultural a TVE, Colom adverteix: "El periodisme cultural implica una tradició que no es té. Podria ser bonic que *La 2 Noticias* es convertís en un telenotícies vist des de la perspectiva cultural". Emilio Manzano, director i presentador de *Saló de Lectura* a BTB -i que recentment va rebre la menció especial del Premi Ciutat de Barcelona 2003 de Ràdio i Televisió- es mostra esperançat: "El nomenament d'una filòloga, a la qual se li ha de pressuposar un cert grau d'amor als llibres, al front de la direcció de RTVE, és un fet encoratjador". Manzano creu que la contribució dels programes culturals han de jutjar-lo altres: "Però m'atreviria a suggerir que aportem una certa compensació a l'escombraria general".

de judici per poder distingir el gra de la palla". "I per això", assenyala, "es necessita especialització i bagatge". Rosa Mora creu també que en lloc de servilisme, s'hauria de parlar de relacions d'"amor-odi": "Els editors voldrien que els diaris informessin de tots els llibres i els diaris intenten mantenir un equilibri".

### RUMB I REPTE DEL PERIODISME CULTURAL

Per a Pilar Maurell el periodisme cultural ha canviat

en els últims anys i es dirigeix més cap als espectacles que a la cultura dura (art i llibres): "Crec que és ne-

### *Alguns periodistes critiquen que es parli cada cop més d'espectacles i menys d'art i llibres*

cessari un replantejament perquè no es desviï i acabi en la salsa rosa". Moix, per la seva part, opina que la indústria cultural concentrada necessita, per alimentar la seva logística, productes d'impacte ràpid i massiu. Però que el repte del periodisme cultural és mantenir el seu propi rumb de servei a llarg termini i no caure, per tant, en derives: "Com les de certes indústries, dominades per l'ànim de lucre immediat, el recurs excloent a populars, mediàtics i celebritats". Moix manifesta en aquest sentit que: "En la mesura del possible, convé retardar la desertització del medi cultural, i això potser s'aconsegueixi apostant per la creació, la diversitat i la reflexió".

Respecte a les queixes més comunes entre els professionals dedicats al periodisme cultural, hi ha una certa diversitat. Doria opina que "la rebaixa del llistó qualitatiu en una societat dominada per la banalització i l'infantilisme, porta a associar la paraula cultura a avoriment". Rosa Mora pensa que a les seccions de cultura dels diaris espanyols els "mata l'agenda": "Una agenda imposada des de fora per editors, majors del cinema, etc. Això deixa poc espai i poc periodistes per a l'elaboració de temes propis". I

finalment Llätzer Moix critica la falta d'espai, que té diversos efectes perversos: "Impedeix donar una panoràmica raonablement completa

### *L'agenda que marquen les editorials i les majors del cinema deixen poc espai als temes propis*

de l'activitat cultural d'una societat; impedeix tractar els temes amb la profunditat adequada; i es veu agreujada per certs tics, com el tracte de favor que puguin merèixer certs temes per ser de coneixement comú, sobre altres més nous i, en conseqüència, no populars.

# ESPECIAL FÒRUM

Informació. Poder i ètica en el segle XXI



DIÀLEG : CONVERSA, COL·LOQUI, ENTREVISTA,  
INTERLOCUCIÓ, XERRADA, CONCILIÀBUL, CON-  
FERÈNCIA || INTEL·LIGÈNCIA, COMPRESIÓ.