

## Mitjans de comunicació i memòria històrica

Visibilitat i identitat: l'oftalmologia del periodisme català durant la República. Mirades reflexives dels periodistes

*per Francesc Canosa i Farran*

Periodista, professor i investigador de la Facultat de Comunicació  
Blanquerna de la Universitat Ramon Llull

## Resum

Durant la República, el periodisme català s'adona que ha de mirar el món d'una altra manera. Després d'anys d'esforços periodístics, econòmics, tecnològics, els periodistes catalans dels anys trenta desenvolupen una oftalmologia professional pròpia basada en la visibilitat i la identitat. Per una banda, la realitat s'està audiovisualitzant des de tots els punts de vista i, per l'altra, Catalunya, el catalanisme, és també una mirada inherent, indefugible. La consciència dels periodistes sobre aquests canvis oftalmològics és plena, aferrissada. També, per un costat, el periodisme exemplifica, en el seu treball diari, aquest tàndem però, per l'altre, els professionals reflexionen sobre aquest viratge de mirades que, en definitiva, ens fa comprendre i interpretar el món en el que ha estat un dels grans esforços de Catalunya per a crear un relat propi i singular sobre la realitat.

**Paraules clau:** història dels mitjans, història del periodisme, història del periodisme català, Segona República, periodística, Guerra Civil espanyola

### **Visibility and identity: ophthalmology of Catalan journalism during the Catalan Republic. Reflective looks by the journalists**

#### **Abstract**

During the Second Spanish Republic, professionals in Catalan journalism became aware of the need for a change in their perspective. After years of journalistic, economic, and technological effort, Catalan journalists of the 1930s developed their own professional ophthalmology based on visibility and identity. Communication was becoming audiovisual from all points of view and Catalonia —Catalan national identity— was also an inherent and unavoidable viewpoint. The position of Catalan journalists regarding these ophthalmological changes was total and passionately defended. Day-to-day journalism exemplified this tandem of visibility and identity. Professionals reflected on this about-face in viewpoints that clearly fostered a better understanding and interpretation of the world and was one of the great efforts in Catalonia to provide a uniquely Catalan portrayal of reality.

**Key words:** media history, journalism history, Catalan journalism history, The Second Spanish Republic, journalism, Spanish Civil War

«La dictadura fa vendre llibres i la República fa vendre diaris»,<sup>1</sup> el fibló diari de Carles Soldevila l'encertava de seguida. A mode de titular, l'articulista de *La Publicitat* interpretava així, no solament els canvis polítics i socials que el 14 d'abril de 1931 es produïen a Catalunya i a la resta de l'Estat, sinó també els periodístics. Sí, un nou règim, però també un nou periodisme, uns nous periodistes.<sup>2</sup>

Aquesta percepció no és tan sols una dèria autòctona; des de fora també se n'adonen: «Em va sorprendre molt de veure tants diaris a Barcelona. En una ciutat d'un milió d'habitants com és la vostra, hi ha, almenys, dues vegades més de periòdics que a Nova York, que en té set milions», observa el periodista nord-americà Lawrence A. Fernsworth en aterrar com a corresponsal a Catalunya el 1931.<sup>3</sup> Doncs sí, mig centenar de capçaleres, amb un tiratge de prop de sis-cents mil exemplars, per a una població —la catalana— de gairebé tres milions d'habitants i amb moltes ganes de llegir.

Davant aquesta pluralitat de mirades cal aprendre a «llegir», perquè la nova realitat politicosocial empeny els periodistes a mirar-la d'una altra manera. Així ho manifesta sense embuts el reporter de política de *L'Opinió* Ramon Pei:

Havent fet l'aprenentatge de la feina periodística durant els anys de la dictadura en diaris catalanistes i republicans, el periodista novell s'ha trobat, en aquest primer any de República, davant la necessitat d'haver de fer un aprenentatge nou. [...] I va passar que el dia que el periodista novell va poder anomenar cada cosa pel seu nom, li va costar de dir les coses ni més ni menys que pel seu nom. [...] Calia un aprenentatge nou, una feina quotidiana, un entrenament, per arribar a dir les coses més fortes amb

1. C. SOLDEVILA (1931), «La santa insistència», *La Publicitat* (Barcelona) (24 juny), p. 1. Soldevila (1892-1967), advocat, escriptor però amb els seus «Full de dietari», articles diaris publicats a *La Publicitat*, va esdevenir un punt de referència per a la societat de l'època. Soldevila era un treballador infatigable, ja que, a més, col·laborava en nombroses publicacions: *La Rambla*, *La Nau*, *Mirador*, *L'Instant*... I també fou director del magazín *D'Ací i d'Allà*.

2. La voluntat d'aquest article és, bàsicament, recuperar i aplegar, escadusserament, algunes aportacions, desconegudes o oblidades, i reflectides en els articles dels periodistes catalans dels anys trenta, i que signifiquen la mirada i la consciència periodística catalana (basada en els conceptes de visibilitat i identitat) durant la República. En aquest sentit, l'article, pel que fa al rerefons teòric, agafa com a referents la tasca dels doctors Joan Manuel Tresserras, Enric Marín, Josep Lluís Gómez Mompert i Francesc Espinet, de la UAB, pel que fa a l'estudi del periodisme (el pas d'un periodisme tradicional a un de modern) dins la gènesi i desenvolupament de la Societat-Cultura Comunicació de Masses a Catalunya (1888-1939), i també de la línia de recuperació de la periodística catalana (modernització de tècniques i professionals) endegada pel doctor Josep Maria Casasús, de la UPF.

3. E. PALAU (1932), «Lawrence A. Fernsworth, periodista nord-americà, diu...», *La Nau* (Barcelona) (21 gener), p. 5. Fernsworth treballava a Barcelona, durant la República, com a corresponsal del *New York Sun*, *United States Daily*, *The New York Times* i era membre de l'organització Consolidated Press.

elegància d'expressió, per arribar a donar cops forts amb bon estil, sense caure en precocitats ni procacitats.<sup>4</sup>

La consciència del naixement d'un nou periodisme, d'uns nous periodistes, és constant element de reflexió, al llarg de la República, dels professionals dels mitjans de comunicació catalans. Així és que un poeta, bé, un poeta-periodista, fins i tot li posa un nom: «l'estil República». Amb aquest titular, Agustí Esclasans<sup>5</sup> defineix el periodisme català que, per ell, «ja és un gènere literari». Després dels anys de la dictadura, quan només es podien insinuar les coses («estil censura»), Esclasans, aposta per una barreja de l'estil directe i indirecte per a referir-se a la realitat, un nou terreny de joc on el periodista és un «atleta del joc intel·lectual»:

Cal parlar, en principi, d'un atletisme intel·lectual aplicat a l'art expressiu periodístic. Un article de diari és, en principi, un problema d'arquitectura. El periodista de raça construeix el seu article, ràpidament i en mitja hora, amb total exactitud geomètrica, com si construís una casa. Però una casa humana, això és, amb nervis, músculs i ànima.<sup>6</sup>

Anar al gra, però amb la ploma de la suor, joia, triomf. Sí, el periodisme és esforç, competició, lluita, però també «heroisme estoic», «regles de joc». Com defensa Esclasans: «Escriure amb veritable musculatura, sota la forma humanísticament perfecta». Ment sana, cos sa. Ell es posa d'exemple, ja que els seus articles estan carregats «amb metralla d'imatges», i «la boxa verbal». Així és «el naixent "estil República"», un esport que ha d'illusionar el públic, com la literatura, l'esport, el cinema (realitats que tant agraden el ciutadà republicà) i en què el periodista, com l'atleta, l'escriptor, l'actor, «passa i fuig». Talment com la realitat: vist i no vist.

Si la realitat és fugissera, extensa, complexa, caldrà aturar-la, congelar-la per veure-li la cara, conèixer-la, comprendre-la. Pensant-hi, pensant-hi, també per Rossend Llates,<sup>7</sup> això només es podia fer amb un nou «estil periodístic»; per què?, perquè «encara hi ha matèries que ací no són tocades per ningú»: les noves realitats que s'han de visualitzar mitjançant el periodisme i arribar, democràticament, a la gent, al públic, al lector:

En dir estil periodístic, ens volem referir a aquell que ha de tenir tot article destinat a un públic vast, potser poc interessat per la matèria de què es

4. R. PEI (1932), «Un signe de maduresa política», *L'Opinió* (Barcelona) (4 juny), p. 5.

5. Esclasans (1895-1967) era poeta, narrador, però com la majoria de literats de l'època, escrivia a la premsa. Formà part del nucli de *La Revista* i feia crítica literària a *Mirador* i *La Publicitat*.

6. A. ESCLASANS (1931), «L'estil periodístic», *L'Opinió* (Barcelona) (9 setembre), p. 2.

7. Llates (1899-1973) estudià dret i música, però acabà essent periodista i poeta. Home d'Acció Catalana es mantingué fidel a les publicacions del partit: *La Publicitat*, *Mirador* i *El Be Negre*.

tracta (potser perquè no li és prou coneguda); però capaç d'interessar-s'hi si aquesta li és exposada en una forma que no tingui res d'ensopida, ni de pedant, ni de falsament transcendental. Aquesta traça, els millors exemples de la qual es troben en el periodisme francès i anglès, és encara difícil de trobar en les publicacions catalanes. Hi ha una gran afició a tractar temes d'un interès poc apremiant, i, per afegidura, a tractar-los d'una manera, correcta si es vol, però mancada d'al·licient.<sup>8</sup>

Les encertades reflexions de Llates es tindran en compte i els brillants resultats es veuran al carrer i al paper. Però tot i que el periodisme català, de primer —i ja històricament— té els ulls posats a París i Londres (Europa), com a centres periodístics, després la mirada gira cap als Estats Units. El fet és que a Catalunya s'anirà desclucant una oftalmologia periodística original, pròpia, ja que com observava, novament, Lawrence A. Fernsworth —havent mastegat ja la realitat catalana i així podent assenyalar les diferències entre el periodisme català i el nord-americà—, el periodisme i els diaris catalans «tenen molta més personalitat que els nostres», i això és degut, per exemple, al fet que «una de les coses que més m'han admirat de la vostra vida periodística són els molts banquets a què assistiu. Això m'ha permès de conèixer l'ambient i les personalitats del país»; també «em sorprengué de veure que els catalans vivien tant en el passat com en el present».<sup>9</sup>

El contacte més proper, a freq, amb la realitat, la dualitat del caràcter català, la voluntat de ser... Interpretativament, el que clissa Fernsworth és que la visibilitat i la identitat són el tàndem que fa avançar el periodisme català durant la República.

## El «cameraman de la literatura»: la visibilitat d'un periodisme

«És exacta l'afirmació que la nostra època es caracteritza essencialment pel culte de la imatge? [...] que la imatge esdevé la forma més seductora i més expressiva del coneixement del món?», es pregunta Domènec Guansé.<sup>10</sup> Ell mateix respon: «El que hi ha és que en la nostra època els medis d'expressió i representació de la vida han augmentat».

La socialització de la visibilitat, el veure i fer-se veure com a pa de cada dia és la meteorologia que governa els anys trenta: l'era de la imatge ha començat. Hi ha l'aparença, el simulacre existencial d'una camisa de

8. R. LLATES (1931), «Estil periodístic», *Mirador* (Barcelona) (3 desembre), p. 1.

9. M. SABATÉ (1934), «La premsa estrangera a Barcelona», *La Veu de Catalunya* (Barcelona) (21 juny), p. 18.

10. D. GUANSÉ (1936), «La nova idolatria», *L'Instant* (Barcelona) (3 gener), p. 12. Guansé (1894-1978) era un dels crítics literaris més prestigiosos d'aquells anys, a més de ser novel·lista i dramaturg. Va començar la carrera periodística al *Diario de Tarragona* i després a la *Revista de Catalunya*, *D'Ací i d'Allà*, *La Publicitat*, *La Nau*.

seda o del dringar d'un glaçó dins d'un còctel, o d'un envelat amb un aparador de llavis vermells, però també els diaris, revistes, les fotografies, la publicitat... I els nous mitjans audiovisuals (cinema, ràdio, l'esperada televisió), que ens fan veure un món fins ara invisible i que esdevindrà *el món*. Així, no és d'estranyar que el joveníssim «reporter» Josep Maria Lladó<sup>11</sup> reflexioni sobre «la importància del periodisme» partint de la base que el periodista ja és el «*cameraman* de la literatura»: el periodisme, la interpretació de la realitat, es fa visual, creadora, com el cinema, i l'ull del periodista és la càmera, i el diari una pel·lícula, un bocí per intentar imaginar el món desconegut i veloç:

Com el cinema [el periodisme], té el valor d'una escola, d'una universitat, d'una fàbrica de sensibilitat, gràcies a què, amb una calor d'humanitat apreciable, presenta cada dia nous angles de la vida, noves perspectives, noves orientacions. En tots els aspectes. [...] Per a l'home d'avui, que viatja en aeronau, que capta les ondes sonores, que disfruta d'una nova moral sexual, queden bon xic desplaçades les teories i els idealismes. Lliurat com està —i es comprèn— al vertigen del treball, no pot obtenir més que la visió d'una pel·lícula de projecció ràpida, que arribi —si cal— a emocionar-lo, que li ofereixi una clara idea del que esdevé entorn seu, però que no pugui donar-li mai una sensació de fatiga, que acabaria per fer-li signar la renúncia a seguir endavant.<sup>12</sup>

Ràpidament, Sempronio,<sup>13</sup> un altre jove «reporter» d'aquells anys, interpreta que, en aquest «film» real dels anys trenta, el periodista ja és «heroi dels temps moderns». <sup>14</sup> Veient l'escena, el veterà Pau Romeva<sup>15</sup> li dóna la raó, ja que el reportatge modern és «sempre autobiogràfic». Per l'articulista d'*El Matí* el periodista ja «no va a fer la història de cada moment sinó la història del reporter». Per això, proclama que el periodista per fer la seva feina a part de tenir «imaginació, estil, una mica de gramàtica i una lletra intel·ligible», ha de ser «fotogènic», per sortir bé a les fotos. Romeva enquadra, i es fixa que el periodisme, gràcies a la fotogra-

11. Josep Maria Lladó (1910-1996) va ser un periodista de dilatada experiència, ja que va passar per *La Publicitat*, *L'Opinió*, *Última Hora* i va arribar a ser director de *La Humanitat* durant la Guerra Civil. A més, també va treballar a *La Vanguardia* i col·laborà a diaris de Madrid com *El Sol*, *El Liberal* o l'*Heraldo de Madrid*. Políticament va ser afí a ERC.

12. J. M. LLADÓ (1933), «La importància del periodisme», *L'Opinió* (Barcelona) (4 juny), p. 83.

13. Andreu Avel·lí Artís Gener, més conegut com Sempronio (1908-2006) formaria part de la nova fornada de reporters catalans durant la República, tot i que s'havia iniciat el 1926, amb disset anys, al món del periodisme treballant al setmanari *El Borinot*. Després va entrar a *Mirador*, el 1930, i posteriorment passaria per *L'Opinió* i *Última Hora*.

14. A. A. ARTÍS (Sempronio) (1935), «El periodista, heroi dels temps moderns», *Mirador* (21 febrer), p. 6.

15. Romeva (1892-1968) era pedagog, escriptor i polític, però el periodisme també el va envair de ple. Escrivia a *El Matí* la columna «De dia en dia», a part d'altres articles per a diverses publicacions. Políticament fins el 1922 va militar a la Lliga Regionalista, amb l'escissió es va apropar a Acció Catalana i, amb l'arribada de la República, fou un dels fundadors d'UDC.

fia, s'està fent més visual, però que això també comporta que el mateix periodista assoleixi protagonisme, ja que es fotografia «amb l'urbà que li dóna una adreça, amb el taxi que l'ha dut, amb la víctima del crim, amb l'assassí...».<sup>16</sup>

El periodista és sinònim del primer pla del Jo, de la fesomia de la popularitat, d'un ésser il·luminat per les llums de neó de l'èpica urbana. Aquella que es necessita per batallar totes les escames de les infinitats realitats d'un món asfaltat per l'elèctrica modernitat. Així gestiona la sobredosi d'imatges una heroïna del periodisme, la princesa del paper Irene Polo<sup>17</sup> que, alhora, és paradigma de l'inici de la visibilitat de la dona en la professió:

Ah, el periodista!... Quan no se n'ha vist mai cap i se n'ha sentit a parlar tant i es pensa que són els que fan els diaris... Aquesta cosa immensa i portentosa que són els diaris, reflex incessant, per una combinació de lletres i estampes, de la vida del món, amb la seva agitació, la seva sorpresa, la seva renovació i el seu joc continu de malvestats, de bellesa, d'heroïsmes, d'afanys i esperances! Plec de paper, en els fulls de cada qual surten als ulls de la gent, com en el fons màgic d'aquell ull de Scherezada, tots els moments del món, minut per minut, escena per escena, amb totes les seves palpitations i tots els seus pensaments. Somrisos o ganyotes de *vedettes* i de criminals; barbes o ulleres de savis; angúnia o vanitat de polítics. Secrets, horrors, harmonies. Crits, oracions, cabrioles, xiscles, rialles, versos, panteixos, renecs, llàgrimes, profecies... Passes i gestes. Multitud i singularitat. Ara una massa que corre i ara una silueta sola... Prodigis i enormitat; meravella dels diaris... I el periodista és l'autor de tot això: els fets brillants i els espantosos, i els admirables; la glòria i la catàstrofe i l'encís passen per les seves mans i ell els distribueix. És el centre del moviment del món... Es un ésser fantàstic i totpoderós, temut i cobejat, omniscient i vertiginós, enlluernador i misteriós, gairebé... Ah, un periodista!<sup>18</sup>

Omnipresent, omniscient... Qualitats divines, però suades a la terra polsegosa, rocosa, per un periodista, és a dir, en paraules de Rafael Tasis,<sup>19</sup> un *junior* de *La Publicitat*, per aquell que sent «el neguit de l'inconegut».<sup>20</sup> La metafísica periodística també es pot concretar, tot i

16. P. ROMEVA (1932), «Fotogènia», *El Matí* (Barcelona) (15 abril), p. 6.

17. Irene Polo (1911-1942), tot i la seva joventut, treballaria com a reconeguda i hàbil reportera en nombroses publicacions de l'època com: *Imatges*, *L'Opinió*, *La Humanitat*, *La Rambla*, *Última Hora* i *L'Instant*.

18. I. POLO (1933), «Al degà dels periodistes de Barcelona també li toca ésser entrevistat», *L'Opinió* (Barcelona) (4 juny), p. 58.

19. Tasis (1906-1966) va començar fent col·laboracions periodístiques a *La Mainada*. El 1929 entra a *La Publicitat*, que serà el seu diari amb més fidelitat. Tot i que també col·laborarà amb *Mirador* o *La Revista de Catalunya*.

20. R. TASIS (1935), «LA PUBLICITAT, diari de joventut», *La Publicitat* (Barcelona) (1 octubre), p. 6.

que la definició pot espantar per infinita: «On era la redacció? La redacció era tot Barcelona»,<sup>21</sup> predica amb fermesa Amadeu Bernadó.<sup>22</sup> I això vol dir: edificis grisos, balcons virolats, bars endiumenjats, restaurants afamats, terrasses xerraires, aparadors muts, cartells sorollosos, finestres xafarderes, bicicletes tristes, onomatopeies volant, gossos parladors, fanals d'espelma, arbres saberuts, llambordes grinyolant, bufades de cel, esquitxos de mar... Tot és matèria informativa, perquè «el carrer vibra exactament com els setmanaris vibrants», diagnostiquen els ulls de Sempronio amb el seu reportatge-termòmetre.<sup>23</sup>

Pell contra pell, galta contra galta, paraula contra paraula... El contacte amb la realitat és directe, proper, amorós, sanguinari, pessigollós, tallant... Però per això és necessària una tecnologia molt precisa, tenir aquell interruptor que alguns en néixer ja duen incorporat, però que cal prémer: «Faré funcionar tots els sentits corporals. Ulls i oïdes! Voldria ésser com una criatura curiosa que no sap res de res i que no es cansa de preguntar com un inquisidor», prometia als seus lectors Carles Sentís.<sup>24</sup> Aquell jove de vint-i-quatre anys va perfeccionant l'enginyeria oftalmològica i comença a produir en sèrie peces reflexives que són de molta ajuda per adonar-nos que per l'ull coneixem el món. Aquest és el paisatge que veu sobrevolant França dalt d'un avió:

Podria dir que només n'he vist una [de cosa]. He vist un reportatge a fer. Heus ací el que he vist. Quan hom va pel món amb l'obligació d'escriu-

21. A. BERNADÓ (1933), «La primera setmana de *L'Opinió*», *L'Opinió* (Barcelona) (4 juny), p. 52. Tot i que és clar que les principals capçaleres periodístiques del país es troben a Barcelona, no es pot obviar la importància i la vivacitat del periodisme comarcal a Catalunya. Nombroses publicacions escampades per tot el territori que servien per tenir veu pròpia, per unir els pobles amb Barcelona, i al revés, així com a font de planter de futurs periodistes i personalitats de la vida política catalana. Vegeu M. VALLDEPERAS (1933), «La premsa comarcal catalana», *L'Opinió* (4 juny), p. 53, 54, 66. A més, la premsa comarcal no estava pas exempta dels canvis i les modernitzacions viscudes en el periodisme català durant aquells anys. La premsa comarcal estava guaitant les noves realitats, com escriurà el periodista Lluís Jordà: «En aquest aspecte, la realitat ja és consoladora. Molts periòdics que en altres temps omplien columnes de temes vulgars o insubstancials, s'han posat decididament a fer obra constructiva. La premsa comarcal "diu coses", palpita, vibra d'entusiasme o d'indignació..., però viu la realitat, i finalment ha obert les seves portes a l'esdevenidor i al món. Ara la premsa de comarques viu d'acord amb els grans corrents espirituals que a Europa malden per salvar la civilització del naufragi que l'amenaça». L. JORDÀ (1936), «Una realitat viva a Catalunya: la premsa comarcal», *El Matí* (Barcelona) (7 juny), p. 12.

22. Bernadó (1899-1974) va ser redactor de *L'Opinió*, *Justícia Social* i *Treball*. Políticament militarista a Estat Català; després fundà el Partit Comunista Català (1928) i va passar per la Unió Socialista de Catalunya (USC), i finalment al Partit Socialista Unificat de Catalunya (PSUC).

23. A. A. ARTÍS (Sempronio) (1931), «Ateneus al carrer», *Mirador* (Barcelona) (14 maig), p. 2.

24. C. SENTÍS (1935), «Tot marxant sobre Roma en l'any XII del feixisme», *L'Instant* (Barcelona) (11 octubre), p. 1. Sentís (1911) forma part de la nova fornada de periodistes que comencen a publicar amb l'arribada de la República. El periodista s'inicià fent les informacions universitàries per *La Publicitat* i també va col·laborar amb *Mirador*. El jove Sentís s'anava fent un nom i el 1935 entrà al modern *L'Instant*. Sentís també va fer de secretari personal del conseller Martí Esteve (AC).



re, de vegades, no veu res més que això: articles, cròniques, i reportatges. Tot es veu darrera d'aquestes cortines. Tot es paeix a la panxa de l'estilogràfica.<sup>25</sup>

Dibuixar mapes, geografies, territoris perquè després el ciutadà pugui circular-hi, orientar-se. Brúixola d'instants, sensible al vent i a la gent, això són els mitjans de comunicació, els diaris. Pau Romeva rumia sobre aquest acte de fe de fer visible l'invisible:

[...] Com el pagès esguarda el cel per tal de saber quin temps farà, el ciutadà cerca en el diari la base dels seus pronòstics, i encara més, el fonament dels seus judicis. En el ràpid frenesí de la vida present, el diari ve a substituir per a la majoria de les persones tota altra font de documentació i d'estudi. Llegir el diari és un moment elemental en la rutina de llur viure, i per a elles acaba per no haver-hi més veritat, ni més criteri, ni més fonament de convicció, que el que han anat prenent del diari. Vegeu, doncs, si és força, la força d'un diari. És una mena d'evangeli per a aquells que el llegeixen, i no solament per allò que predica, sinó també per allò que dóna com una mera exposició de fets. Perquè el diari és un instrument ric i divers i ple de recursos. Un titular cridaner, una capçalera intencionada, una informació hàbil fan de vegades tant com un article de fons o una disquisició polèmica. Un silenci ben administrat pot tenir tant pes com un atac o una inventiva. No hi ha cap secció del diari, ni tan sols la d'anuncis, que pugueu considerar totalment inofensiva o indiferent. L'hàbit de llegir un diari determinat modifica o crea una convicció, determina, gosaríem dir, una psicologia. Per la seva manera particular de veure el món, podeu deduir en molts casos quin és el diari que llegeix un home.<sup>26</sup>

Jaume Ferret, comentarista de *La Veu de Catalunya*, ho sap deduir bé, ja que també examina el poder diví d'aquest «vehicle de notícies i idees», que vola, veloçment, i que posa «en contacte viu i directe» el món i el lector. Per tant, la força d'aquesta creença compartida origina un altre esberlament del binomi espai-temps i, paradoxalment, noves maneres de fer visible la realitat:

Els grans diaris de Berlín tenen aeroplans de la seva propietat amb els quals realitzen la ràpida distribució dels seus exemplars per tots els països germànics. Els diaris populars de París insereixen informacions gràfiques rebudes per telegrafia sense fils. El *Times* de Londres es llegeix al mateix temps a Copenhaguen i Estocolm. [...] Cal dotar cada dia els periòdics de tot aquell utilitatge que asseguri la més ràpida recollida i recepció de les notícies, la més ràpida composició, el més ràpid tiratge i la més ràpida dis-

25. C. SENTÍS (1936), «A vista d'ocell, França explica moltes coses», *L'Instant* (Barcelona) (14 març), p. 1.

26. P. ROMEVA (1936), «El diari», *El Matí* (Barcelona) (7 juny), p. 9.

tribució. [...] Els grans diaris del món deixen d'ésser òrgans del partit. Cap partit no és prou poderós per a sostenir un gran diari modern. Però no deixen d'ésser òrgan d'opinió; encara d'una manera difusa i discontinua. [...] Canvia, doncs, fonamentalment, el concepte de la gran premsa. El que ha augmentat en circulació, ho ha perdut en autoritat, sobretot en autoritat política i social. El lector se sent cada vegada més independent del seu diari, on cerca, més que l'orientació, la matèria informativa.<sup>27</sup>

I és que el lector el que veu i llegeix és que el virregnat de l'espai i el temps s'està reduint d'una manera gairebé instantània. Per tant, el periodisme tendeix a deixar de ser present per ja esdevenir futur, i així li comunica al seu públic: «Vós, lector, viviu sempre el dia que marca el calendari. El periodista viu un dia més endavant. La seva obsessió és el diari. Però no el diari d'avui: el de demà», medita Lluís Jordà.<sup>28</sup> Així és que aquell periodisme també té teleobjectius pel que pot passar al demà. Josep Maria Capdevila,<sup>29</sup> director d'*El Matí*, enfoca quins serien els canvis en «El periodisme de demà»:

A la redacció, hi arribaran les notícies de la mateixa manera: ensems que les conegui el redactor les coneixerà també el lector del seu diari. A aquest lector no l'han de sorprendre, doncs, la notícia inconeguda. Esperarà probablement del diari una altra cosa: un comentari de la notícia. El diari anirà perdent interès purament informatiu ensems que anirà guanyant interès ideològic [...]. Dins una redacció la feina de carrer anirà minvant, i augmentarà la feina de recollir estenogràficament les notícies, conferències i opinions radiades. Per donar al moment el criteri del diari caldrà que una part de la redacció estigui especialitzada en estudis d'economia, en lleis, en teoria política, etc. Aquesta formació ideològica haurà d'ésser més ferma i sòlida com més ràpidament s'hagi d'emetre un criteri sobre els esdeveniments. Sense una formació ferma i profunda es cauria, si mai, en les conseqüències de la improvisació incompetent: les incongruències, l'expressió verbosa i baldera, veure un sol aspecte de les coses, manera característica de la gent incapaç o impreparada. Aleshores no cal dubtar que la forma de notes i articles serà breu i rigorosament lògica, i que tot seguit semblarà anacrònica la verbositat retòrica, que ben sovint és confusional; i la premsa que sàpiga orientar d'aquesta manera breu —que no robi un temps que s'ha de partir amb la ràdio— i encara que doni la nota ideològicament més justa i ben travada, serà la premsa superior, que dei-

27. J. FERRET (1932), «Matisos i tendències de la premsa moderna», *La Veu de Catalunya* (Barcelona) (30 agost), p. 1.

28. L. JORDÀ (1935), «Com es redacten els diaris moderns. El lector desconegut visita la nostra Redacció», *El Matí* (Barcelona) (2 juny), p. 15. Jordà (1907-1969), a més de periodista, també era escriptor i traductor. Va començar a l'agència Fabra i d'allà passà a *El Matí*.

29. Capdevila (1892-1972), a part de periodista era crític literari, assagista i traductor. Va fundar el diari catòlic *El Matí*, el 1929 (va ser-ne director fins al 1934), però abans també va dirigir *La Paraula Cristiana*, de 1925 a 1928.

xarà endarrera aquella premsa que no s'hagi imposat una preparació ben ferma i unes maneres adients a les necessitats ideològiques del públic. [...] La gent no caldrà que tingui espera perquè la notícia política o financera corri de la redacció a les linotips, de les linotips a la rotativa, i de la rotativa, en camions, a les cases. Directament, tot just es pugui exprimir, la notícia ja arribarà parlada a cada despatx, a cada oficina, a cada llar. I quan al cap d'hores el diari la portés, ja semblaria endarrerida.<sup>30</sup>

Fa gairebé vuitanta anys que el periodisme català va plantar les llavors per visualitzar l'avui.

### «L'arma poderosa»: la identitat de paper

Durant la República el periodisme i els periodistes no s'amaguen: són òrgans, oficials, o oficinosos, dels diferents partits polítics catalans; o bé la seva veu, l'expressió de les seves sensibilitats, o una pota d'ajuda. Hi ha moltes maneres de dir-ho, matisar-ho, però, pot ser d'una altra manera? Veiem què en diuen els periodistes. Parla Francesc Serinyà, de *L'Opinió*, amb una completa interpretació de la coalició periodisme-política:

La formació d'un partit polític comporta gairebé sempre, la creació o assimilació d'un diari que sigui el portaveu del partit. Els lectors d'aquest diari polític es pot considerar que en llur majoria més absoluta, són afiliats o simpatitzants als ideals que defensa el seu diari. [...] Un diari polític és molt més difícil d'estructurar que no pas un diari dels que solen dir-se independents; aquests, usant un mot teatral, actuen des del pati de butaques. Els diaris polítics actuen des de l'escenari. La responsabilitat, per tant, la tasca brillant o desgraciada, és per als de dalt; els del pati de butaques poden aplaudir o xiular. [...] Hem de convenir, però, que en aquest aspecte no tothom sap representar el seu paper. El cos d'un diari polític, i més que res el seu director, han d'ésser persones d'absoluta confiança dels directors del partit al qual representen. Si el diari no és un diari pamfletista i en canvi li agrada el joc net, la tasca dels que el fan, no és gaire difícil; cal només que un nas fi, per tal que no passi gat per llebre, i res més. Hom procura, com és molt humà, de fer ressaltar la tasca dels representats visibles del partit. [...] Farà passar per un sedàs més o menys fi totes les notícies que provenguin dels altres sectors polítics, no fos cas que un excés de bona fe portés per conseqüència el fer campanya a favor de l'enemic. [...] Pel demés, els diaris polítics, de la mateixa manera que els diaris independents, tenen els seus redactors que fan la informació i tenen així mateix el seu servei d'agències. [...] En un diari polític gairebé mai no hi trobareu aquell devesall d'informació telegràfica de la Premsa indepen-

30. J. M. CAPDEVILA (1931), «El periodisme de demà», *El Matí* (Barcelona) (10 novembre), p. 9.

dent (?) que us obliga a llegir la mateixa notícia repetida per sis o set agències, amb els desmentiments corresponents. La informació telegràfica d'un diari polític sol estar d'acord amb els fets més sobresortints del dia i el seu lector, contràriament al que hom pugui suposar, està tan al corrent del que passa al món, com ho pugui estar el lector d'un diari amb fil directe.<sup>31</sup>

Tot això, en el cas de Catalunya, ens informa que el país ofereix uns trets propis d'aquest model, ja que una part valuosa de les capçaleres treballa per la catalanitat del país. Sí, estan al servei del partit, però estan al servei de l'ideal d'aquella nova societat que anhelava una reconstrucció nacional. Si la matèria dels diaris fa imaginar la realitat (política, esports, cultura...), també hi ha una escenografia de paper diària: el catalanisme. Joaquim Pellicena, director de *La Veu de Catalunya*, té clar que al Principat no es poden deslligar els diaris, i el periodisme, de la política, i cus el perquè:

El fet que vulgui's o no, els diaris catalans siguin tots polítics, necessàriament suposa una certa limitació en la circulació. Una raó molt senzilla fa que aquest aspecte es mantingui encara: és que estem en plena lluita, i que tots els periodistes catalans tenim una idealitat política. Per tant, no podem fer un diari que no sigui polític. Si arribéssim a una solució —almenys inicial— del nostre problema, el públic i l'ambient quedarien automàticament preparats per a rebre el gran diari català d'informació...<sup>32</sup>

Però això és la pastanaga que no s'atrapa mai, ja que la voluntat de fer somiar l'ideal català, a través de la premsa, és molt elevat i esmunyedis. Francesc Grau,<sup>33</sup> de *L'Opinió*, raona una teoria que tots els grans països executen com una lletania i que, a més, és substanciosa. El redactor planeja que Catalunya segueixi l'exemple de França a l'Orient, on en països com Egipte, Turquia, Síria..., hi ha molts diaris en francès. És un fet que la influència «orientadora» dels diaris és beneficiosa per a l'economia francesa amb relació a aquells territoris; així, «és precís que Catalunya orienti la seva economia amb un sentit ampli i d'horitzons il·limitats, però esguardant inicialment el proper Orient».

Sospesa Grau que si en el passat es feien les conquestes per la força, ara aquest paper el té la premsa, i considera que la premsa catalana «té el deure ineludible d'encaminar el nostre poble pels viaranys que li asse-

31. F. SERINYÀ (1932), «Un diari polític», *L'Opinió* (Barcelona) (4 juny), p. 6.

32. J. M. MASSIP (1930), «*La Veu de Catalunya*, degana», *La Rambla. Esport i Ciutadania* (Barcelona) (16 juny), p. 12. Pellicena (1881-1938) va ser director de *La Veu* de 1917 a 1936. A més, va ser president de l'Associació de Periodistes de Barcelona (1922-1932). Era militant de la Lliga i va ser escollit regidor a l'Ajuntament de Barcelona i diputat a les Corts.

33. F. GRAU (1933), «La funció orientadora de la premsa», *L'Opinió* (Barcelona) (4 juny), p. 66.

nyala la trajectòria de la Catalunya inicialment lliure». Per això és necessari, a través de la seva orientació, «de poder recobrar mercats que, si un temps foren de Catalunya, no hi ha cap motiu perquè ara no ho tornin a ésser».

Però el zoom del periodisme català pot ser *in*, però també *out*, i sobretot cal situar-se en un pla general i tocar de peus a terra, ja que a casa hi ha molta feina i des de fa temps. Per Carles Soldevila la premsa és una de les tantes tasques de «recatalanització» iniciades des de mitjan segle XIX amb la restauració dels Jocs Florals. Però primer cal enderrocar els edificis ruïnosos de la societat i el catalanisme en fa caure els murs:

Una d'aquestes muralles és la Premsa diària. «Què dieu?» —podeu objectar. En pocs anys hem passat de no tenir sinó un diari català —*La Veu*— a tenir-ne cinc: *La Publicitat*, *L'Opinió*, *El Matí*, *La Humanitat* i *La Nau*. [...] La catalanització de la nostra premsa és, doncs, una tasca lenta que demana grans esforços.<sup>34</sup>

La reconstrucció es fa amb totxos d'esforç i responsabilitat, això és que el que demana el periodista de *La Nau* Manuel Valldeperas<sup>35</sup> picant, directament, el «Català»:

¿Ja has vist la vexació que representa per als catalans el fet que la majoria d'ells llegeixin la premsa redactada en castellà? Si saps el que això representa, des del punt de vista catalanista, ¿per què no compres i llegeixes la premsa catalana, que és la que representa la teva ideologia i que porta gravada en les seves planes l'ànima de Catalunya?<sup>36</sup>

Els periodistes treballen amb interrogacions i comparteixen feina i ideologia, ni que sigui des de sensibilitats diferents, però amb l'horitzó d'un front comú. És el cas de Lluís Jordà, que des de les pàgines cristianodemòcrates d'*El Matí* fa la reflexió següent:

Evidentment, no es tracta de menysprear ningú ni res. Es tracta solament de valoritzar un fet natural: que el poble de Catalunya se sent català. L'ús de la llengua pròpia per part d'un poble no pot ofendre'n cap altre. Si el poble de Catalunya se sent català, ¿per què no ha d'ésser catalana, la premsa de Catalunya, ja que la premsa és l'expressió dels sentiments dels pobles?<sup>37</sup>

34. C. SOLDEVILA (1933), «El problema de la premsa catalana», *La Rambla. Esport i Ciutadania* (Barcelona) (16 gener), p. 2.

35. Valldeperas (1902-1970) ja el 1925 va fundar la revista *Arts i Lletres*. El seu debut al periodisme professional i de combat és a *La Nau*, però també passa per *L'Opinió* i *La Humanitat*, i durant la guerra dirigí *La Rambla* i *Meridià*. A *La Nau* portava el pes de la secció informativa.

36. M. VALLDEPERAS (1931), «Català», *La Nau* (Barcelona) (7 juliol), p. 1.

37. L. JORDÀ (1932), «Premsa catalana», *El Matí* (Barcelona) (14 febrer), p. 12.

La resposta és que a ningú no se li escapa una descomunal obvietat, i és que per al catalanisme la premsa és una «arma poderosa», com la qualifica Claudi Ametlla, i ho fa interpretant la catalanització d'una capçalera mítica per al periodisme i el catalanisme:

Per a tots els que tenim del Catalanisme un sentit totalitari —com és moda dir ara— l'adopció de la nostra llengua per un gran diari escrit en castellà és un fet importantíssim. Si ultra la llengua, aquest diari s'incorpora a l'esperit i les aspiracions més íntimes del país, com és el cas de LA PUBLICITAT, aquest fet adquireix categoria d'esdeveniment i pot catalogar-se entre els que representen una fita assenyalada en la història pàtria. [...] Vull retre un homenatge a tots els precursors, a tots els fulls que a Barcelona o a les comarques, cada dia o periòdicament, han treballat per la popularització del Catalanisme.<sup>38</sup>

La qüestió és tan metafòrica —i real— que la premsa serveix com a mapa per a visualitzar la realitat política i social de Catalunya. Així ho cartografia Francesc Trabal:

La ficció política del catalanisme és exemplar en la nostra capitalitat. *La Vanguardia* és el reflex pur de Barcelona, així com cada dia més *La Publicitat* és el reflex de Catalunya. [...] Creiem indispensable lliurar tota l'atenció nacional vers aquest punt concret: Barcelona. És precís arribar a remoure-li l'ànima, a fer-la vibrar de dalt a baix, de banda a banda. [...] Catalunya ha d'oferir i encomanar a Barcelona catalanitat.<sup>39</sup>

Aquesta és una de les batalles a la geografia de la identitat de paper, ja que la premsa en llengua catalana vol ser una altra de les fites durant la República. El percentatge dels diaris en català anirà augmentant i, malgrat un tiratge molt inferior respecte als escrits en castellà (la premsa en català creix i representa, aleshores, un 20 % segons Ametlla), es produeix una paradoxa: sí, els diaris en català no són els més venuts ni el gruix del total de capçaleres, però estan fets per les elits del país i pels partits polítics al poder.

38. C. AMETLLA (1935), «La premsa liberal catalana», *La Publicitat* (Barcelona) (1 octubre), p. 4. En els temps de la República, Ametlla (1883-1968) ja era un bregat del periodisme: havia començat a *El Poble Català* a principis de segle. Durant la Primera Guerra Mundial treballà a *El Diluvio* i dirigí la revista *Iberia*. També va ser director de la sucursal catalana de l'agència informativa francesa Havas i després creà, de nou, i dirigí l'agència Fabra. Va ser destacat articulista de *La Publicitat*, entre d'altres diaris i, políticament, home d'Acció Catalana: va ser governador civil de Girona i Barcelona, i diputat.

39. F. TRABAL (1931), «Barcelona endins», *La Rambla. Esport i Ciutadania* (Barcelona) (13 abril), p. 7. A més de ser escriptor, Trabal (1898-1957) també feia de periodista, durant els anys de la dictadura tenia columna al *Diari de Sabadell* i en seria director. Després va col·laborar, entre d'altres, a *La Rambla* i a *Mirador*.

Només cal recordar que les publicacions catalanistes (*La Veu* i *L'Instant* amb la Lliga, o *L'Opinió*, *La Rambla*, *La Humanitat*, *Última Hora* amb ERC, o el poder de *La Publicitat*, *Mirador* i *La Nau* a l'òrbita d'Acció Catalana) són les que han fet guanyar eleccions als seus partits, que mantenen l'hegemonia política des de principis de segle fins a la desfeta de 1939, i això no ho aconsegueixen ni els diaris de més tiratge com *La Vanguardia*, o el *Noticiero Universal*, ni els altres diaris lligats a partits espanyols.

Per tant, els periodistes catalans creuen i defensen que la premsa escrita en català té més influència sobre l'opinió pública catalana que la premsa d'expressió castellana i visualitza més exactament la realitat de Catalunya. A més, si la mirada periodística guaita Ebre enllà clissa com arriben els trets de la constant i virulenta batalla mediàtica que té lloc durant tota la República. Els atacs obliguen periodistes com Carles Soldevila a desactivar les «piules» incendiàries que la premsa madrilenya llança contra Catalunya:

Tots coneixem diaris que no són fets amb una altra norma que aquesta: engegar cada dia una piula per apaivagar les enyorances d'alguns milers de lectors que, per culpa d'una civilització per a ells prematura, es troben privats de córrer la pólvora. [...] La nostra gent no s'admira de llegir a *ABC* o a *El Debate* un seguit de falsedats sobre Catalunya i els catalans. Ja hi està feta; sap que aquests diaris monàrquics tenen un bonic interès a entrebançar la marxa de la República; no ignora que en llurs redaccions hi ha un grup de senyors que senten des de la infància un profund anticatalanisme.<sup>40</sup>

Un dels artefactes és la llengua, la llengua catalana, és clar. Sigui a la premsa, o on sigui, l'ús del català irrita, exacerba i fa esclatar bona part dels intel·lectuals —com Miguel de Unamuno— i la indústria mediàtica espanyola, que acusen el catalanisme de crear una «jerga artificial». Carles Soldevila, davant l'allau de crítiques i bombardeigs des de Madrid, defensa posicions des del «catalanisme lingüístic». El periodista s'escuda en la raó i, per ell, el tenir cura de l'idioma forma part del «desvetllament de Catalunya», i sota les acusacions de llengua artificial, Soldevila respon que tots els idiomes són «organismes vivents» sotmesos a «l'acció de la moda, del patriotisme, de la política i de la literatura»; per tant, totes són artificials, fet que no lleva a un idioma les seves qualitats de natural. Però per l'articulista de *La Publicitat*, darrere d'aquest cel d'explosions republicanes, hi ha l'etern objectiu de l'Espanya castellana:

En fi, no ens obstinem a dissimular. Unamuno, Zulueta, no poseu restriccions al nostre catalanisme lingüístic per un moviment paternal, de protecció contra l'error, com ells asseguren i com ells potser creuen

Visibilitat i identitat: l'ofatmologia del periodisme català durant la República. Mirades reflexives dels periodistes

de fona fe. En realitat, no fan sinó obeir a llur imperiosa necessitat d'hegemonia.<sup>41</sup>

Interpretativament, per Josep Carner és una nova acció del poderós exèrcit de «l'Anti-Catalunya».<sup>42</sup> Hostilitats d'unes forces que, irònicament, pel seu «empatx», havien servit per a fer caure la monarquia i que arribés la República, però una República que darrere la pell de diàleg i promeses té el mateix esperit bèl·lic i destructor de sempre. Pel poeta-periodista, «l'Anti-Catalunya» es desacredita sola i fa emergir l'esperit del país, esmenant el caràcter poc aferrissat i divisor dels catalans. Això és el que volia lligar tota la premsa catalana, amb una identitat de paper que, alhora, esdevingués visible a la realitat.

Però la realitat també ens du al 18 de juliol de 1936: comença el *coitus interruptus*. Tragèdia de tragèdies que condemnarà el periodisme català, els periodistes i tot un país a la invisibilització, a la negació de la realitat, a la mort en vida i a les vides mortes en un dels drames més grans —poc conegut, investigat, explicat i interpretat— d'aquest darrer segle. Joaquim Pellicena, director de *La Veu de Catalunya*, escriu un article que, implícitament, interpreta com l'oftalmologia periodística catalana i els ulls reflexius dels seus periodistes es mantenen fermes i oberts fins el final, fins que s'acluquen, fins que els tanquen:

Sí. El que cal, cada dia amb més insistència i amb més convicció, mentre en sigui materialment factible, és combatre totes les idees de violència, blasmar tots els crims de les diverses formes de terrorisme, realitzar tot el que sigui al nostre abast per a crear un clima de convivència civil a les terres d'Espanya, treballar perquè tothom se sotmeti als imperatius de la llei. [...] Una dictadura a Espanya, en qualsevol de les seves formes, seria radicalment, irreductiblement anticatalana. Com deia el senyor Cambó no fa gaires setmanes, aviat ni tan sols podríem pregar en català. És, doncs, un deure patriòtic ineludible, inexorable, que, mentre sigui materialment possible, nosaltres fem tot el que calgui perquè aquesta solució catastròfica no s'esdevingui, i perquè si els fets, contra la nostra voluntat i sense la nostra culpa, la converteixen en inevitable, no en tinguem ni cap responsabilitat ni cap complicitat.<sup>43</sup>

41. C. SOLDEVILA (1931), «L'artificial d'avui és el natural de demà», *La Publicitat* (Barcelona) (27 setembre), p. 1.

42. J. CARNER (1931), «Del gran servei de l'Anti-Catalunya», *La Publicitat* (Barcelona) (8 maig), p. 1.

43. J. PELLICENA (1936), «Els respectes a la llei», *La Veu de Catalunya* (Barcelona) (18 juliol), p. 1.