

NARCÍS CLOTET

# LA CONSTRUCCIÓ DE DIVERSOS MODELS D'ESDEVENIMENTS EN ELS DIARIS POPULARS DE LA CATALUNYA DE MITJANS DELS ANYS 30

**D**arrerament s'ha rescatat de forma decidida la memòria de l'antiga premsa escrita en català. Les exposicions sobre periodistes catalans, les jornades i els treballs d'investigació han permès desvetllar l'interès per un periodisme català quasi amagat durant molts anys als centres d'estudi i investigació.

El treball que llegiu ha estat motivat de forma general per l'empenta que uns quants professors de la Facultat de Ciències de la Informació de Barcelona han donat al periodisme català com a digne objecte d'estudi, i de forma concreta, pels mots d'Andreu Avel·lí Artís i Tomàs "Sempronio" sobre un diari de l'època final de la segona República: "Última Hora". "Sempronio" diu això:

"El cap de la redacció d'"Última Hora", Escuder va crear no solament un gran diari de vespre sinó que influencià tota la premsa barcelonina. Hom pot comprovar-ho a l'hemeroteca. En el periodisme local imperava la rutina, perduraven els tòpics. Escuder ho va capgirar tot. (...)

Fou, entre nosaltres, el primer que va diagramar un diari, en va dibuixar cada dia la maqueta, tot anticipant-se a això de què els pedants, ara, han fet una ciència que

s'ensenya a la Universitat sota el nom de 'relació llenguatge-imatge'" (Solà i Dachs, 1978: 143)

Les paraules de "Sempronio" plantejaven, entre d'altres qüestions, un repte per a qualsevol estudiós que volgués revisar els diaris vells de l'hemeroteca. El repte m'interessà de seguida perquè en aquells moments tenia entre mans un treball sobre l'evolució dels models dels diaris en català. Volia comprovar les paraules de "Sempronio", atret sobretot per la possibilitat que la intuïció de "Sempronio" expressada en lleguatge col·loquial significués l'existència d'un diari català de model popular durant la Segona República.

Atenent les tesis dels professors Gómez Mompert i Marín i Otto (Cf. Espinet, Gómez Mompert, Marín i Otto, Tresserras, 1989), segons les quals el conjunt del periodisme català del primer terç del segle XX no va arribar a depassar les fronteres del model de diari informatiu-interpretatiu, és fàcil de concloure que "el periodisme local en el qual imperaven la rutina i els tòpics" havia de pertànyer, globalment, al model informatiu-interpretatiu de la premsa diària.

És sabut que als països occidentals més avançats el periodisme evolucionà de forma ràpida tot passant per diferents estrats informatius en el breu període que anà des del naixement de la premsa de gran tiratge (que Terrou i Albert situen cap el 1863) fins 1930. Les innovacions tècniques, comercials i periodístiques se succeïren de forma vertiginosa, sobretot a Estats Units d'Amèrica. I així que augmentà el nombre de lectors es diversificaren els models de diaris.

A Estats Units es passà de l'hegemonia de la premsa popular (amb l'empresari Pulitzer com a promotor), a la premsa groga en la fase que Timoteo Álvarez anomena "segunda generación de prensa de masas" (Cf. Timoteo Álvarez, 1987: 56), per passar després a la "tercera generación", amb periòdics seriosos informatius, abans de la del fotoperiodisme, en la qual la il·lustració esdevé una forma d'expressió informativa per si mateixa. Tot això se succeeix en el curt període de 50 anys (aproximadament 1880-1930).

Mentre tot canvia a Estats Units, la premsa en català evoluciona lentament, i de forma mimètica —ho destaquen Gómez Mompert i Marín i Otto (Cf. Gómez Mompert, Marín i Otto, 1986)—, respecte de periodístiques més properes, com la castellana o la francesa. De fet, algunes fases i alguns continguts o mètodes periodístics no van arribar a implantar-se als diaris catalans.

Així, en la dècada dels anys 30 a Catalunya trobem diaris amb elements periodístics poc evolucionats. Alguns d'ells ("El Matí",

v.g.) quasi no fan ús de la fotografia. L'estructura informativa d'altres se sembla molt a la d'etapes anteriors: unitats redaccionals confeccionades al voltant d'un eix cronològic, linial, seguint l'evolució temporal dels fets i de les declaracions; titulars gens informatius; escassetat de recursos gràfics; sentències degudes a l'opinió dels periodistes; inexistència de lid; llenguatge retòric; manca d'elements de referència o "background"...

### *Models de diaris en català durant els anys 30*

Les tesis de Gómez Mompart i Marín i Otto sobre el naixement de la informació de masses neguen l'existència d'un model popular de diari en català fins l'esclat de la guerra civil. Asseguren els professors, referint-se a la premsa de la República, que s'experimenta una espectacularització, "a causa del desbloqueig de la dimensió política de la vida social", però que el discurs periodístic se segueix bastint "gairebé exclusivament d'elements 'informatius', sense que la concepció del diari com a objecte vehiculador d'entreteniment acabi de quallar, d'acord amb el model nord-americà". (Gómez Mompart, Marín i Otto, 1986: 450).

L'explicació d'aquesta manca d'aparició de model de diaris populars en català, quan a Barcelona ja hi havia diaris populars en castellà (com "La Noche", propietat del polític Pich i Pon, que comptà amb periodistes com Paco Madrid i Francesc Solsona), és aportada pels mateixos professors:

"A casa nostra el desenvolupament del periodisme informatiu de masses es va produir en règim de simultaneïtat amb l'extensió de la instrucció pública —com a la resta d'Europa— però amb l'eclosió primer i sobretot del cinema i, després, de la ràdio. (...) La simultaneïtat de l'extensió de la instrucció pública amb els mitjans audiovisuals (ràdio i cinema) feu més difícil l'aparició de l'habitualment denominada "premsa popular" a l'estil anglosaxó o germànic. Per a una part important de la població el medi imprès no fou l'únic canal per al consum de la "cultura de masses". D'aquesta manera, la dualitat pròpia de la societat de cultura de masses alta cultura/cultura de masses només s'expressà parcialment a la indústria informativa. De fet, l'estàndard de la producció periodística catalana d'aquest període és més homologable a la "premsa d'élite"

europèa que a l'anomenada 'premsa popular'". (Cf. Espinet, Gómez Mompart, Marín i Otto, Tresserras, 1989: 18)

### *"Última Hora" i "L'Instant"*

L'aplicació de les propostes de la teoria dels models (Cf. Casasús /Roig, 1982) enllaçada amb el mètode hemerogràfic comparatiu de Jacques Kayser (Cf. Kayser, 1966) m'ha permès de concloure en el treball d'investigació de doctorat (Cf. Clotet Villaró, 1989) que els diaris "Última Hora" i "L'Instant" suposen l'aparició tardana d'un model de diari popular en català a les darreries de la Segona República.

Més endavant resumiré les dades i conclusions del meu treball. Abans, però, vegem els trets bàsics dels dos diaris i el context periodístic en el qual sorgiren.

"L'Instant" va sortir l'1 de gener de 1935, de les mans de la Lliga Regionalista, i deixà de publicar-se el divendres 25 de desembre de 1936, en plena guerra civil, quan n'havien sortit 615 números.

"Última Hora" va néixer el 13 d'octubre de 1935, emparat per Esquerra Republicana de Catalunya, i plegà el 23 d'abril de 1938, amb el número 774.

Tots dos diaris van aparèixer en un bon moment periodístic. Durant la Segona República a Barcelona van crear-se nou diaris en català, i n'hi pervivien quatre d'anteriors. És l'etapa que Josep Maria Figueres (Cf. pàg 87) considera del "domini" i que Lluís Solà i Dachs (Cf. pàg. 8) anomena de la "normalitat".

Va ser una època de consolidació, però també de tempteig. Alguns diaris van tenir una vida agitada o molt curta. Els mitjans de comunicació estaven força lligats a la realitat política. No només estaven en mans de grups d'opinió o de partits polítics sinó que, en determinats moments, sofriren el control dels poders polítics sota la forma de censura o de tancaments.

L'aventura periodística no resultava excessivament cara llavors: el paper i la maquinària comportaven els costos més gruyuts, mentre que els costos salarials quedaven força reduïts, sobretot perquè la majoria dels periodistes eren joves aficionats que sentien la passió pel món del periodisme.

En conjunt pot dir-se que el període democràtic resultà satisfactori per a les necessitats de maduresa de la premsa en català. Ho diuen Gómez Mompart i Marín i Otto (Cf. 1986: 436):

“Els anys de la Segona República són els de la gran embranzida de la premsa catalana, la qual acaba situant-se a un nivell equivalent al dels països tecnològicament i socioeconòmicament més desenvolupats.”

Com han demostrat els dos professors ara citats, la premsa en català d'aquesta època pot considerar-se ja com un producte de la fase de la informació de masses: per l'ecosistema comunicatiu en el qual apareixen —i que conformen—, per la seva difusió, per les estructures industrials i empresarials sobre les que s'alça, per les estructures morfo-sintàctiques de les unitats redaccionals i per les funcions que compleixen els diaris.

### *Diaris de tarda*

“Última Hora” i “L'Instant” són dos diaris de tarda. Cal considerar aquest tret com a molt destacable. No és endebades que George Well escrigui (Cf. pàg. 176) que els primers diaris sensacionalistes europeus van sortir essent diaris de tarda. Aquesta constatació històrica es fonamenta en causes empresarials bàsicament.

Els diaris de tarda naixien per apropar-se a un sector de lectors que no havien arribat encara a la premsa diària. Naixien a partir d'idees empresarials molt concretes elaborades al voltant de la pretensió d'arribar a un públic popular ampli. Calia, per tant, aportar nous temes periodístics, noves formes que fossin interessants per als nous lectors.

Els diaris de tarda constituïen així una oferta més variada, eren més oberts, menys respectables que els diaris del matí. Es tractava de treure al mercat un diari innovador, diferent del que sempre s'havia considerat com a únic diari possible.

La qüestió era fer-se amb un mercat nou. Calia buscar nous lectors, emprant mètodes empresarials distints. No només canviaven els continguts i les formes periodístiques, calia canviar també les condicions de producció.

Es canviava l'horari de sortida al carrer i amb això es canviava el sector de públic, es canviaven les expectatives del públic; millor encara: es creaven noves expectatives, tot estalviant-se el xoc frontal amb la premsa ja establerta, que gaudia de funcions informatives i socials molt codificades.

Un gran periodista d'aquella època, Rovira i Virgili, escriu en l'aparició del seu diari “La Nau”:

“Els diaris nocturns tenen, per l'interès del públic, una

vida més curta que els de matí: neixen a les set del vespre, a les deu ja són vells, a mitja nit es moren, i passen a ésser un diari del dia abans. “La Nau” ha d'ésser, per tant, un periòdic de lectura ràpida i fàcil, que copsi àgilment els fets d'actualitat” (Cf. Torrent/Tasis, vol. I, pàg. 631)

El diari, en busca de nous lectors, surt a la tarda. Això el condiciona en els seus continguts. Els periodistes de l'època eren conscients que l'hora d'aparició del diari els apropava a uns lectors nous o a uns lectors amb ulls distints. Calia, per tant, fer un diari més obert, més àgil, més popular, més creatiu, més divertit, en contrast amb els diaris de matí, seriosos, grisos, repetitius, molt tancats, conservadors en la forma, dedicats sobretot a la informació política.

### *Diaris de partit... diaris d'opinió?*

Ja hem dit que tots dos diaris pertanyien directament o indirecta a grups polítics.

“L'Instant” era propietat de la Lliga Regionalista i el propi Cambó, líder del partit, en fou l'impulsor i el creador. Carles Sentís ens confirmà que Cambó va manllevar la idea d'experiències empresarials similars fetes a Estats Units d'Amèrica.

Es tractava de fer un diari sense massa contingut polític, que no manifestés obertament la ideologia del partit, sense editorial, innovador, estretament lligat a la ràdio (un mitjà populista), concretament a l'emissora Ràdio Associació, per aprofitar la capacitat divulgadora d'ambdós mitjans. De manera que l'un fes d'altaveu dels continguts de l'altre.

No tenia secció d'opinió ni publicava de forma freqüent articles d'opinió, tret de l'article humorístic diari a primera plana —i amb lletra cursiva— de Valentí Castanys.

Es troben, això sí, en algunes informacions polítiques, opinions del periodista, pròximes, és clar, als postulats de la Lliga.

“Última Hora” era propietat directa de Lluís Companys, i defensava per tant la política d'Esquerra Republicana de Catalunya. Però destacà per la seva atenció al món de l'espectacle, dels entreteniments, dels successos i de l'esport, en detriment dels temes polítics. Els editorials apareixien només en casos excepcionals i en formes innovadores: un fotomuntatge o un dibuix, amb un “slogan”.

No ni havia secció d'opinió ni articles d'opinió codificats com a tals. Hi havia però, algunes notícies amb interpretacions personals

del periodista, pròximes naturalment a les idees d'ERC.

Atenent la definició que de diari d'opinió fan Casasús/Roig (Cf. 1982: 56-60), segons la qual l'èmfasi es posa no en "l'aportació d'una àmplia informació ordenada" sinó en la publicació "d'uns materials d'opinió relacionats amb l'actualitat immediata i lligats normalment a una opció política", podem dir que els dos diaris estudiats no són del model d'opinió, perquè les opinions hi eren arraconades o en poca quantitat, en detriment de les unitats redaccionals informatives ordenades en funció de preeminència estrictament periodística.

Eren diaris de partit perquè pertanyien a entitats polítiques concretes, però no eren diaris d'opinió. En aquest sentit cal considerar que en aquells anys quasi totes les empreses periodístiques (a Catalunya i Espanya) estaven en mans dels partits polítics. Però, en aquestes noves experiències periodístiques que referim, els partits o grups polítics van actuar, potser per primera vegada, amb criteris distints als ideològics i de proselitisme.

Potser l'objectiu ideològic no havia desaparegut, però sí que es donà prioritat a l'estratègia informativa. Els objectius empresarials i periodístics se centraven en l'intent d'aconseguir uns nous lectors mitjançant l'ofertament d'una oferta distinta, amb moltes fotografies, amb seccions de successos i d'esports, de cinema i de música popular. La funció d'entretenir arribava als diaris en català com a estratègia empresarial.

Els grups o dirigents polítics actuaven així amb criteris empresarials propis de l'era informativa de masses: es tractava de confeccionar un diari nou que satisfés les noves demandes o necessitats d'un grup ampli de compradors. La informació en si mateixa ja era quelcom venal i necessari, igual com l'entreteniment, i el coneixement. La informació ja s'entenia com un producte i, per tant, esdevenia bàsica la planificació empresarial en la recerca d'objectius concrets. Ja no calia que la propaganda política sustentés l'empresa periodística.

Els grups polítics (la Lliga i ERC, principalment) no van desatendre, amb això, els seus interessos propagandístics: seguien gaudint de la propietat de diaris de matí consolidats ("La Veu de Catalunya", "La Publicitat", "L'Opinió", "La Humanitat"), que defensaven llurs interessos ideològics, normalment de forma explícita en editorials i d'altres informacions. És possible que l'oferta dels diaris de tarda respongués a una estratègia política de llar abast, però l'estratègia passava per la confecció d'uns diaris que no fossin merament ni

estrictament d'opinió.

### *La teoria del model de diari popular*

El model de diari popular, seguint la teoria de models de diaris (Cf. Casasús/Roig, 1982), es distingeix per la seva compaginació oberta, creativa, amb la informació ordenada en funció només de criteris d'actualitat. I pel que fa a continguts, els diaris populars centren l'atenció en els esports (sobretot els de massa), en els espectacles populars (cinema, teatre, música...), en els successos i fets curiosos, i en els entreteniments. Aquest diari busca una gran difusió i una gran rapidesa informativa.

### *Plasmació periodística del model de diari popular en català: "Última Hora" i "L'Instant"*

L'orientació empresarial de recerca d'un nou públic suposa per als periodistes d'"Última Hora" i "L'Instant" un canvi del treball periodístic formal i temàtic.

Formalment, ambdós diaris concedeixen gran importància al grafisme. Els titulars són fets amb distintes famlles de lletres i amb cossos majors que els emprats per la resta de premsa catalana. La compaginació eleva el protagonisme de les fotografies informatives i incrementa l'ús de requadres, filets i dibuixets.

A "Última Hora" el percentatge de la informació gràfica se situa en el 26,3% de l'espai redaccional total, mentre que als diaris catalans de l'època aquest índex se situa entre el 2% i el 7%.

Les fotos acostumen a ser-hi en un gran tamany (una altra innovació d'"Última Hora") i en seccions com "Pel·lícules" s'arriba a ocupar la major part de la pàgina. Moltes d'aquestes fotografies tenen autonomia informativa pròpia, i van acompanyades d'un títol i/o peu de foto explicatiu.

Un bon nombre de les fotografies del diari reproduïxen fets curiosos, sorprenents o divertits, i procedeixen en gran part de Nord-amèrica.

La primera pàgina és confeccionada com una peça diferenciada de la resta de pàgines, amb elements tipogràfics distintius i fotografies, dibuixos i/o acudits. "Última Hora" tendeix a reduir el nombre d'informacions a la primera pàgina per tal de potenciar més uns pocs temes. Així els titulars i les fotografies són d'un major tamany i el disseny guanya blanc, llegibilitat. S'acostava així a la reducció

d'informacions per pàgina, pròpia de la premsa popular.

El punt distintiu bàsic, però, és l'augment d'unitats redaccionals de les seccions temàtiques d'esports, espectacles, successos i entreteniments. Aquesta és la gran diferència que els separa dels diaris catalans de matí dels anys 30, ocupats preferentment per qüestions d'índole política, social i econòmica.

De fet, la nova orientació empresarial d'aquests dos diaris populars suposà la conformació d'una nova realitat periodística en català. Els periodistes d'"Última Hora" i "L'Instant" van canviar els seus hàbits laborals, les seves rutines de treball, en funció de les noves àrees d'interès periodístic.

Per primera vegada, en diaris en català, les seccions "populars" (espectacles, esports, fets diversos) gaudien d'un major nombre de pàgines que les seccions predominants als periòdics informatius-interpretatius (política, alta cultura, economia, religió, opinió).

### *"Última Hora"*

Al diari "Última Hora" els blocs "seriosos" (política, economia, alta cultura, religió) queden relegats al 27,1% de l'espai redaccional. Mentre que el 69,9% restant és dedicat als espectacles ("pel·lícules", "escenaris", són dos dels epígrafs que hi encapçalen subseccions), els esports (boxa, ciclisme, futbol, preferentment), els successos, les curiositats i els entreteniments.

Els espectacles populars ocupen el 29,7% de la superfície redaccional, la qual cosa situa aquest bloc temàtic en el primer lloc en quantitat d'espai. Quasi totes les seves informacions fan referència a pel·lícules i estrelles nord-americanes. La programació i les notícies de la ràdio tenen especial relleu, així com les informacions sobre teatre i music-hall.

Els esports ocupen el 19,7% de l'espai redaccional, el més alt percentatge de tots els diaris d'informació general catalans del període 1935-1936.

El fet divers, amb successos, entreteniments, i curiositats, arriba a la taxa del 20,5%, índex molt alt comparat amb la resta de diaris coetanis (ho veurem més endavant).

### *"L'Instant"*

Per la seva banda, "L'Instant" també dedica més espai al conjunt de seccions "populars" que no pas a les unitats redaccionals políti-

ques i econòmiques.

Dedica més espai als espectacles (36,0%) que no pas "Última Hora". El teatre, el cinema i el music-hall, amb les corresponents fotografies dels artistes, s'enduen l'índex més alt d'espai ocupat per un bloc temàtic en tota la superfície redaccional.

Els esports (amb subseccions de beisbol, aviació, curses de llebres, futbol...) hi són en un grau sensiblement menor (13,6%) que al diari de Josep Escuder. L'espai és menor i les fotografies més escasses, però tot i així cal considerar com apreciable aquest espai si el relacionem amb els altres diaris catalans de l'època.

El fet divers baixa també respecte d'"Última Hora" quatre punts i mig fins a situar-se en un 15,0%. xifra més alta que la dels diaris seriosos.

#### *Anàlisi comparada: "El Matí" i "La Humanitat"*

Per comprendre el canvi que suposà l'aparició d'"Última Hora" i "L'Instant", podem apreciar les següents dades comparatives de tots dos diaris amb "El Matí", un diari coetani dels anteriors, matutí, pròxim a Unió Democràtica de Catalunya, catòlic, de model informatiu-interpretatiu, i "La Humanitat", en la seva etapa de diari de tarda, immediatament anterior a l'aparició d'"Última Hora" i "L'Instant". Els percentatges es refereixen al total de la superfície redaccional:

	"El Matí"	"La Humanitat"
Informació gràfica	2,9%	5,4%
Política/economia/religió	76,3%	67,9%
Espectacles/alta cultura	12,9%	12,5%
Esports	5,4%	8,7%
Successos/curios./entreten.	5,4%	9,7%

  

	"Última Hora"	"L'Instant"
Informació gràfica	26,3%	12,6%
Política/economia/religió	27,1%	33,6%
Espectacles	29,7%	36,0%
Esports	19,7%	13,6%
Successos/curios./entreten.	20,5%	15,0%

#### *La fabricació de la notícia*

A "Última Hora" i a "L'Instant" les rutines del treball periodístic

canvien fortament respecte dels altres diaris catalans del matí, per una nova orientació empresarial centrada en la consecució d'un nou model de diari, que anomenem popular i que anava adreçat a un públic més ampli que els diaris informatius.

"Última Hora" fou el diari capdavanter del canvi periodístic. Aquest diari comptà amb la figura d'un català, Josep Escuder, que havia viscut a Estats Units d'Amèrica i que aportà moltes innovacions al periodisme català. Però l'aparició de "L'Instant" (prèvia a "Última Hora"), així com el naixement de "La Rambla" (diari de tarda coetani als altres dos i proper al model popular) demostra que el periodisme català, malgrat un retard considerable, ja estava madur per a diversificar els models de diaris. L'esclat de la guerra civil truncà l'experiència en el seu primer any de vida, però els periodistes que van participar en la confecció d'aquells diaris i que encara són vius (Josep Maria Lladó, Carles Sentís, "Sempronio", Tísner, Joaquim Ventalló...) confirmen la bona salut de què gaudien aquests diaris de tarda populars.

Declaracions d'aquests mateixos periodistes ens han permès de conèixer els mecanismes del seu treball periodístic. El que és clar per a la majoria d'ells és que als diaris populars de la Segona República es va pretendre de donar una visió distinta de la realitat i que, conseqüentment, es va tenir la necessitat de crear una realitat periodística distinta a la que plasmaven els diaris informatius-interpretatius matutins.

Els periodistes dels diaris populars van haver de fer un canvi de rutines professionals. Tenien un horari de treball i unes fonts d'informació distints als dels periodistes matutins.

Anem a considerar, de primer, els seus horaris i rutines laborals.

La rapidesa informativa els era un tret distintiu, com ha quedat ja dit en la referència del model de diari popular. "Sovint —ens diu Josep Maria Lladó, repòrter d'"Última Hora"— un judici acabava a la una o les dues del migdia. A les sis sortia el diari amb el dibuix d'Arteche i la meva crònica sobre el judici del matí."

"El primer dia que va sortir "Última Hora" —continua el mateix Lladó— va haver-hi l'enterrament d'un personatge famós a les tres de la tarda. A les sis el diari era al carrer amb una foto de l'enterrament. Això era del tot novedós."

Joaquim Ventalló, director de "La Rambla", diu: "Un dia vam arribar a tirar 70.000 exemplars. Va ser el dia que sortia un discurs d'Azaña. El discurs l'havia fet a Bilbao el dia abans i jo mateix vaig anar a cobrir la informació en una avioneta llogada. Tothom espera-

va el diari per a llegir la informació. Les Rambles eren plenes de gent davant de la nostra redacció.”

Els periodistes redactaven cada matí les informacions que sobre espectacles havien recollit la nit anterior. Quan els espectacles acabaven, a mitja nit, molts periodistes encara passaven per l'Ateneu o per algun bar i assistien a tertúlies que els facilitessin notícies i opinions de caire polític principalment. “Dormíem molt poques hores”, diu qui fou repòrter d'“Última Hora”, Josep Maria Lladó.

Durant el matí també es cobrien els fets originats a Barcelona ciutat i, a més, calia efectuar la primera de les dues “rondes” diàries que passaven per comissaria, pels tribunals de justícia i pel Palau de la Generalitat o el Govern Civil.

Els continguts van condicionar també els mètodes de treball periodístic. La necessitat de produir preferentment informacions d'esports, de fet divers i d'espectacles va ser la causa que es busquessin noves fonts d'informació.

Les seves principals fonts d'informació eren els policies, els artistes i els esportistes. Els periodistes tenien concertades unes hores amb els seus informadors. Passaven per la comissaria a una hora determinada del matí i a una altra del vespre. Pel matí visitaven els jutjats, i a la nit feien el camí fins el Paral·lel a la recerca d'artistes i representants.

Els mètodes de detecció de successos augmentaren paral·lelament a l'extensió de les informacions. La breu gasetilla de successos dels diaris informatius esdevingué reportatge ampli, amb fotografies o dibuixos. Els judicis a criminals eren coberts amb amplis mitjans pels periodistes-estrelles del diari. Arteche, per exemple, dibuixava per a “Última Hora” les escenes dels judicis, i Lladó feia la crònica detallada del que allí succeïa.

El seguiment de les distintes etapes d'un mateix succés esdevingué crucial, com ja ho era als Estats Units, i el periodista havia, per tant, no només de cobrir el que succeïa sinó de provocar noves informacions sobre un mateix fet.

Pel que fa a espectacles, apareixien noves seccions: el diari “Última Hora” encetà un apartat dedicat al jazz, per primera vegada en un diari català. Cada diari tenia un o més periodistes que visitaven diàriament el music-hall, el teatre, el circ.

L'atenció a la secció d'esports provoca l'arribada d'esportistes a les redaccions. Aquest és el cas d'en Lluís Meléndez i d'Emili Sagi-Barba, que van exercir el periodisme a “Última Hora”.

L'obligació de produir nou material cada dia sobre esports, fet

divers i espectaculars ocasionà el naixement de mini-seccions ja codificades que només calia omplir diàriament amb una xerrada feta a algun famós esportista o artista. Ens referim a les seccions del tipus: "Quin paper li agradaria representar a...", "El fet curiós que ha viscut...".

Els canals informatius s'ampliaven, tal com ho feien els blocs temàtics. Es compren fotos de curiositats a agències de notícies d'Estats Units d'Amèrica. Informacions d'una i dues pàgines arriben senceres d'aquell país, pel que fa a les històries de les estrelles de cinema i les pel·lícules de Hollywood. Les informacions es tradueixen i es reproduïxen fidelment. El cinema apareix diàriament amb notícies destacades als nous diaris.

També arriben d'Estats Units els successos referits a mafiosos, gàngsters, excusions, segrests... Els reportatges arriben també elaborats i amb abundant material fotogràfic. Els sensacionalisme hi és acusat i la traducció manté fidel el to original.

Als EUA es compren igualment notícies d'esports, preferentment del món de la boxa.

L'arribada d'informació codificada des dels Estats Units condiciona sense cap dubte l'estructura narrativa externa de la informació periodística. Fins llavors, en qüestions polítiques preferentment, les gasetilles es redactaven de forma linial, cronològica, sense "background". Molt sovint es "cosien" distintes gasetilles que es referien a un mateix tema, arribades a la redacció a hores distintes, sense una major elaboració de les informacions.

Molt influenciades pels textos sensacionalistes americans, les informacions s'allarguen, guanyen cos i entitat, incorporen la tècnica narrativa de la piràmide invertida.

En el quefer periodístic d'"Última Hora" es nota la influència nord-americana dels diaris de l'època. No només s'hi adapten formes de treball de la premsa popular-sensacionalista dels EUA, sinó que moltes informacions textuales o gràfiques, principalment de cinema i de successos o de curiositats, procedeixen d'aquell país.

Aportacions novedoses al treball periodístic van ser les campanyes populistes de "L'Instant" fetes en col·laboració amb Ràdio Associació de Catalunya. Així durant l'hivern de 1935 es du a terme la campanya "El Nadal del tuberculós pobre".

Entre la divulgació, l'entreteniment i la solidaritat, el nou periodisme popular s'implantà a Barcelona el semestre anterior a l'esclat de la guerra civil. Ventalló, Sentís i Lladó coincideixen a afirmar que el model estava ben implantat i que els seus respectius diaris gaudien

del favor públic.

Lladó diu: "Els diaris del matí eren polítics, i tenien els seus lectors. Els diaris de la tarda eren un complement, un entreteniment per al públic".

La comprensió d'aquesta implantació ràpida d'un model de diari popular als anys 30 pot buscar-se no només en la maduresa de la premsa en català (a nivell empresarial, tecnològic, de tècniques periodístiques...) sinó també en la tipologia dels periodistes. La majoria d'ells eren joves que compaginaven estudis i treball. Les redaccions eren petites i la comunicació entre els distints membres corria horitzontalment.

El professional del periodisme en català gairebé no existia. Molts periodistes eren joves estudiants d'altres disciplines properes (en el cas de Carles Sentís, estudiant de Dret), i la majoria de membres de la plantilla del periòdic eren, a més, funcionaris d'alguna administració radicada a Barcelona.

"Llavors els periodistes érem mig amateurs —diu Carles Sentís— i les redaccions estaven molt poc jerarquitzades. Només hi havia el director, el cap de redacció i el secretari. Les relacions eren molt fluïdes i directes."

"Hi havia periodistes que quasi no sabien escriure —comenta Lladó—, però eren periodistes. Sentien la vocació per preguntar i per no deixar escapar cap ocasió que se'ls presentés. Arribaven a la redacció des d'un cabaret o des de les Rambles i ens contaven el que havien parlat amb algun personatge, nosaltres llavors corregíem els seus textos."

Aquests i molts d'altres records que la memòria oblida o reserva han d'ajudar a confeccionar un munt d'històries parcials de la premsa en català, per tal de recuperar-ne la història completa amb la voluntat de millorar el present de la premsa escrita en català. "El passat el tenim davant", diuen els vells savis del Txad, "i el futur darrera". El futur no hi és, però el passat ens conforma i ens edifica o ens deforma, segons que el tinguem present, que el "tinguem davant", o al darrera, amagat i perseguit per les autoritats o per la nostra pròpia consciència.

El treball d'investigació que sustenta aquesta aportació que ara llegiu confronta els models de diaris populars de la Segona República amb el diari "Avui" en l'etapa de direcció de Santiago Ramentol (febrer 1987-abril 1989) i extrau conclusions gratificants com és que el propi director tingué en compte les antigues experiències de diaris populars en català.

Pel que fa al mètode, l'observació directa —o a través dels records dels qui participaren en allò que ara anomenem història— no ha de ser menystinguda en cap facultat o centre d'investigació. Pel punt baix, és un mètode clar i eficaç (resolutiu), amb resultats demostrables i contrastats al llarg del pas de molts anys. Res millor se li pot demanar a un mètode ("ànima del despatx", el considerava el comte de Chesterfield) sinó que respongui a les necessitats de qui l'usa.

### Referències bibliogràfiques

- Albert, F.: Terrou, F. *Histoire de la presse*. París: Presses Universitaires de France, 1970. -(Que sais-je?; 368)
- Casasús i Guri, J.M.; Roig, X. *La premsa actual: introducció als models de diaris*. Barcelona: Ed. 62, 1982
- Clotet Villaró, Narcís. *La configuració d'un model de diari popular en català durant la Segona República: anàlisi comparada de les unitats redaccionals d'"Última Hora", "L'Instant" i "La Rambla"*.- Treball de Doctorat, Facultat de Ciències de la Informació, 1989
- Espinet, F.; Gómez Mompert, J. LL., Marín i Otto, E.; Tresserras, J.M. *Premsa, comunicació i cultura a Catalunya durant el primer terç del segle XX*.- Bellaterra: Facultat CCE, 1989
- Figueres, J.M. *La premsa catalana*.- Barcelona: Dalmau, 1989
- Gómez Mompert, J.L.; Marín i Otto, E. *Elements per a una caracterització de l'inici de la premsa diària de masses*.- Pp. 83-97 a: Tuñón de Lara, Manuel (dir). *La prensa de los siglos XIX y XX: metodología e información: Aspectos económicos y tecnológicos: I Encuentro de Historia de la Prensa*.- Bilbao: Universidad del País Vasco, 1986
- Gómez Mompert, J.L.; Marín i Otto, E. *La conformació històrica del discurs periodístic de masses a Catalunya al llarg del primer terç del segle XX: de la Mancomunitat a la II República*, a Tuñón de Lara, Manuel (dir). *La prensa de los siglos XIX y XX*.
- Kayser, Jacques. *El periódico: estudios de morfología, de metodología y de prensa comparada*.- Quito. CIESPAL, 1966
- Solà i Dachs, Lluís. *Història dels diaris en català: Barcelona 1879-1976*.- Barcelona: Edhasa, 1978
- Tasis, Rafael; Torrent, Joan. *Història de la premsa catalana*.- Barcelona: Bruguera, 1963
- Timoteo Álvarez, Jesús. *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX: El nuevo orden informativo*.- Barcelona: Ariel, 1987
- Weill, Georges. *El periódico: origen, evolución y función de la prensa periódica*.- México: Unión Tipográfica Ed. Hispanoamericana, 1962