

FILLES I VÍCTIMES DEL CANVI POLÍTIC

Retrat del paper important de les revistes amb l'arribada de la democràcia, tot i que moltes no van sobreviure als nous temps

TEXT NÚRIA SIMELIO

Sàpiens Publicacions ha editat la col·lecció “Història del periodisme de Catalunya”, tres volums amb abundant informació que ha comptat amb la col·laboració de quasi quaranta experts que analitzen la professió dels últims sis segles. En aquestes pàgines, reproduïm extractes d'un dels capítols, concretament el dedicat a les revistes (*Les revistes. Diversitat i especialització*). Escrit per Núria Simelio, professora de la UAB i doctora en Periodisme i Ciències de la Comunicació, s'hi repassa la trajectòria de diferents publicacions, i el paper que hi van tenir algunes, des de la Transició fins als nostres dies.

L'etapa de la Transició i el context de canvi polític signifiquen un moment transcendent en el camp de la comunicació i en concret de les revistes d'informació general. No és fins a la Constitució del 6 d'abril de 1978 que es promulga la llibertat de premsa a l'Estat espanyol, però ja des de principi dels anys setanta el context social i polític provocarà que els setmanaris s'enfrontin a la censura i adoptin una posició més polititzada i de defensa de la democràcia, lligada a una creixent demanda d'informació. S'ha de ressaltar que en aquesta etapa les revistes, a diferència dels diaris, es van atrevir a fer un periodisme d'investigació, tractar temes més arriscats i ser més desafidores en els continguts.

Durant la Transició, algunes revistes que es consideren emblemàtiques per la seva posició crítica contra el franquisme van desaparèixer o perdre lectors durant els primers anys de la democràcia. Algunes de les que es feien a l'Estat espanyol són destacades i consumides a Catalunya: és el cas de *Triunfo* (1946-1982) i de *Cuadernos para el Diálogo* (1963-1978). En aquest mateix moment, d'altres eren conscients que el seu paper substitutori acabava i començava una nova època de menys unitat als consells de redacció.

La competència dels diaris en un nou context de llibertat de premsa i la nova normalitat democràtica van propiciar aquest declivi dels setmanaris. És el cas, per exemple, de *Triunfo*, que, tot i tenir una mitjana de 63.306 exemplars l'any 1977, va desaparèixer per motius econòmics el 1982. A més, va haver de fer front a diverses multes i processaments.

També des de la crítica política i la identificació amb l'esquerra antifranquista, però ampliant els continguts a la cultura, la sàtira i

EN LA TRANSICIÓN, A DIFERENCIA DELS DIARIS, LES REVISTES VAN FER UN PERIODISME D'INVESTIGACIÓ I VAN SER MÉS DESAFIDORES

l'oposició al poder, neix l'any 1976 a Barcelona la revista mensual *El Viejo Topo* (1976-1982; 1993), la revista intel·lectual de més prestigi de l'època. Cal destacar la clara defensa dels nous corrents polítics com l'ecologia, el pacifisme i el feminisme.



El Viejo Topo, com d'altres publicacions en castellà però feta a Barcelona, compartirà amb altres revistes de contracultura alternativa, com *Ajoblanco* (1974-1980), *Star* (1974-1980), *Ozono* (1975-1979) i *Nueva Lente* (1971-1983), una posició crítica contra la reforma política, i defensarà la ruptura amb el franquisme des de posicions més llibertàries que els setmanaris polítics. *Ajoblanco* sorgeix relacionada amb el moviment estudiantil i el hippie, la lluita obrera i l'art conceptual. Per la seva banda, *Star* se centrarà en el món del còmic underground; *Nueva Lente*, en la fotografia experimental i avantguardista, i *Ozono*, en la cultura musical. De

LES DISSENSIONS DINS D'AJOBLANCO ENTRE LLIBERTARIS, CATALANISTES I COMUNISTES VA SER UN DELS FACTORS DEL SEU TANCAMENT

totes elles, la que va tenir més acceptació per al públic lector va ser *Ajoblanco*, amb un càlcul de 90.000 exemplars venuts l'any 1977. La revista va ser impulsada per José Ribas, estudiant de Dret i d'ideologia llibertària, i va aglutinar tot un seguit d'intel·lectuals relacionats amb la cultura, l'art, la literatura i la filosofia. En la redacció dels textos van participar, entre d'altres, Quim Monzó, Luis Racionero, Ramon Barnils i Núria Amat. La revista va destacar per publicar continguts socials innovadors com els relacionats amb l'ecologia, l'urbanisme sostenible o el moviment gai.

Però les dissensions dins de la revista entre tres sectors diferenciats (llibertaris, catalanistes i comunistes) va ser un dels factors que va desencadenar-se en el tancament.

CANVIS DE L'ÈPOCA

Tal com va passar amb els setmanaris polítics, l'arribada de la democràcia va significar, paradoxalment, la desaparició d'aquestes publicacions de contracultura que eren a "l'esquerra de l'esquerra" i que van significar l'arribada de noves idees i propostes internacionals amb un alt nivell intel·lectual i cultural. Entre les raons d'aquest declivi es poden enumerar els canvis socials dels anys vuitanta; la competència de la premsa en democràcia, lligada als nous suplementos dels diaris; les desavinences entre els periodistes de les mateixes publicacions, i la falta de suports econòmics i polítics. La difícil gestió dels dissensos polítics sense cultura democràtica podria ben bé ser una marca de l'època.

La transformació sociològica i cultural de la Transició, juntament amb l'eliminació de la censura, va portar també a canvis psicològics. Un dels trets identitaris de les noves ànsies de llibertat es va manifestar en l'erotisme i l'anomenat *destape*. En aquest context van sorgir diverses revistes eròtiques que es van convertir en un fenomen de masses en els primers moments. El Grupo Zeta, liderat per Antonio Asensio, va crear el 1976 el setmanari *Interviú* i les revistes eròtiques: *Yes*, *Lib* i *Penthouse*. Altres revistes del moment van ser *Macho*, *Pen*, *Clímax* i *Bazaar*. Totes aquestes publicacions pràcticament van desaparèixer amb l'evolució de



Història
del periodisme
de Catalunya
Dels inicis
a la Guerra Civil

1



UNA OBRA COMPLETA

La col·lecció "Història del periodisme de Catalunya" és un ambiciós treball que s'estructura en tres volums temàtics/cronològics. El primer aborda des del segle XV a la Guerra Civil, el segon se centra en la dictadura franquista i el tercer va de la Transició a l'actualitat. Editada per Sàpiens Publicacions, compta amb el suport de la Secretaria de Comunicació de la Generalitat. La direcció editorial ha anat a càrrec de Francesc Canosa, mentre que Josep Maria Figueres (professor d'Història del Periodisme de la UAB), Francesc Salgado (professor de Periodisme de la UPF) i Josep Lluís Micó (catedràtic de Periodisme de la URL) han estat els directors científics del primer, el segon i el tercer volum, respectivament. L'obra consta de quasi una quarantena d'autors, entre els quals hi ha periodistes, historiadors, catedràtics, doctors, professors i escriptors. També s'ha comptat amb la participació dels arxius i fons fotogràfics més importants del sector, a més d'altres pocs coneguts i de col·leccions privades.



la democràcia, amb l'excepció d'*Interviú*, que es pot considerar un setmanari diferenciat, ja que la seva fórmula barreja erotisme amb periodisme d'investigació i anàlisi política. Tot i així, les seves tirades més importants van ser durant el període de la Transició, en què van arribar als 700.000 exemplars l'any 1978.

Interviú, de fet, serà la revista capdavantera de la primera etapa del periodisme d'investigació a l'Estat espanyol (1975-1982),

juntament amb *Cambio 16*. L'inici de la Transició coincidirà amb les repercussions derivades de la investigació de dos periodistes del *The Washington Post*, el famós cas Watergate, que va comportar la dimissió del president Richard Nixon l'agost del 1974. Durant

IGUAL QUE AMB ELS SETMANARIS POLÍTICS, LA DEMOCRÀCIA VA SIGNIFICAR, PARADOXALMENT, LA FI DE LES PUBLICACIONS CONTRACULTURALS

aquest període el periodisme d'investigació és principalment de caràcter militant i parteix de la defensa de la democràcia i l'oposició al franquisme. Els principals periodistes d'investigació que publicaran a *Interviú* i *Cambio 16* en aquest període són Xavier Vinader, Rafael Gómez Parra i Rafael Cid. Vinader publicarà a *Interviú* l'any 1979 un seguit de reportatges sobre les actuacions de l'extrema dreta al País Basc.

L'ÈXIT DEL PÚBLIC FEMENÍ

En l'àmbit de les revistes, seran les capçaleres destinades a un públic femení les que tindran una major difusió durant l'etapa de la Transició i també després en democràcia. Així, *Pronto* (1972), editada per Publicaciones Heres, se situa l'any 1979 com a líder de totes les capçaleres a l'Estat espanyol, amb més de 900.000 exemplars venuts. La premsa femenina tradicional, amb revistes com *Lecturas* (1921) o *Hola* (1944), havia adoptat durant el règim dictatorial una posició defensora de la moral masclista i represso- ra del franquisme que relegava la dona a l'àmbit privat. Els canvis en la situació de la dona durant aquest període i l'arribada del



feminisme com a moviment social van propiciar també transformacions en aquest tipus de publicacions.

L'any 1976, neix *Dunia* (1976–1998) com a revista progressista dirigida a les dones de classe mitjana que tenien una ocupació laboral i que s'oposava a la tradicional *Tèlva* (1963), més enfocada a les mestresses de casa conservadores. Però és amb l'obertura de l'Estat espanyol a la Unió Europea quan es produeix una veritable renovació amb l'aparició de les edicions nacionals de revistes internacionals, amb l'atterratge de grups internacionals inversors. El primer que s'instal·la a l'Estat espanyol fou la multinacional alemanya Bertelsmann, amb la seva filial editora de revistes Gruner&Jahr (G+J), seguida del grup francès Hachette Filipacchi.

En les revistes femenines i de moda de gran tiratge, en llengua castellana, es juga, doncs, en un tauler internacional. Durant la Transició es creen les edicions espanyoles de revistes internacionals com *Cosmopolitan* (1976–1977; 1990–), de l'empresa nord-americana Hearst Corporation, que va comprar Hachette el 2011, i *Marie Claire* (1977–1978; 1987), del grup francès Album i l'alemany G+J. Totes dues van ser un fracàs i van haver de tancar al cap de tan sols un any. A partir dels anys vuitanta reapareixeran i en aquell moment sí que es consolidaran i seran èxits de vendes. Les seves pàgines reclamaven autonomia, llibertat i drets per a les dones, però el seu model de feminitat rupturista i la seva obertura a temàtiques com ara la sexualitat femenina no van aconseguir sintonitzar amb la realitat local, tot i els canvis socials de la Transició i l'extensió de les posicions feministes.

LES REVISTES AL SEGLE XXI

Durant la democràcia el camp de les revistes es diversificarà i sorgiran un seguit de publicacions especialitzades vinculades a grans grups editorials (principalment Hachette Filipacchi, Grupo Zeta, Unidad Editorial, RBA, G+J España Ediciones, Hearst Magazines España, Motorpress Ibérica, Prisma Publicaciones i Grupo Godó, entre d'altres), que seran les que més èxit tindran entre el públic lector i mostraran la gran importància d'aquest sector editorial.

Paral·lelament, els setmanaris d'informació general que van tenir tanta importància a la Transició aniran perdent la seva força i, malgrat els intents d'adaptar-se i renovar-se, no aconseguiran situar-se en una bona posició davant la competència dels diaris i principalment dels seus suplementos, que compleixen el mateix

ALS ANYS SETANTA, LA FEMINITAT RUPTURISTA DE *COSMOPOLITAN* O *MARIE CLAIRE* VA SER UN FRACÀS, NO VAN SINTONITZAR AMB LA REALITAT DEL CARRER

paper i que són una gran aposta dels editors, que els promouran amb promocions publicitàries i regals. Dels setmanaris d'informació general, només continuen tenint una certa rellevància *Cambio 16* (1971) i *Tiempo de hoy* (1982), del *Grupo Zeta*, que és l'única que continua sotmesa a l'OJD (Oficina de Justificació de la Difusió), amb una tirada mitjana de 44.430 exemplars l'any 2015.

EL MERCAT CATALÀ

Durant la Transició van intentar assentar-se revistes lligades a partits polítics que havien tingut molta incidència social durant la República, però que en el nou sistema es van convertir en un fracàs. És el cas de la revista *Arrel* (1976–1977), pròxima al PSUC; *L'Hora* (1979–1981), d'àmbit socialista, i *Taula de canvi* (1976–1981), dirigida per Alfons Carles Comín i promoguda pel moviment socialista Bandera Roja. L'única que continua és *Catalunya* (1977), vinculada a la CNT i posteriorment a la CGT, el sindicat Confederació General de Treballadors.

Sí que es mantenen diverses revistes temàtiques, com, per exemple, *Els Marges* (1974), especialitzada en llengua i cultura, publicada a l'inici per Curial Edicions Catalanes i que el 2003 va passar a ser de l'editorial Avenç. Aquesta editora va sorgir a partir d'una de les altres revistes més destacades del període: *L'Avenç* (1977), de divulgació històrica i cultural. La revista va ser fundada per un grup d'estudiants universitaris i va destacar per la seva incidència en la recuperació de la memòria històrica, especialment relacionada amb la República i la Guerra Civil, en un context en què es feia imprescindible aquesta recuperació després de més de 40 anys de silenci i repressió.



Altres exemples són els de la *Revista Musical Catalana* (1984), hereva de la creada l'any 1904 per l'Orfeó Català i que va desaparèixer el 1936 a causa de la Guerra Civil, i la mensual *Revista de Catalunya* (1986), publicació emblemàtica fundada l'any 1924 per Antoni Rovira i Virgili en defensa de l'alta cultura catalana i que va viure diversos períodes. A causa del context polític, va ser reeditada a l'exili republicà, tant a França com a Mèxic, i finalment va iniciar una segona etapa a Barcelona l'any 1986, amb la direcció de Max Cahner.

De rellevància especial va ser el sorgiment del setmanari d'informació general *El Temps* (1985), editat a València per Edicions del País Valencià, capçalera de referència del nacionalisme català i im-

L'IMPULS A LES CAPÇALERES EN CATALÀ ARRIBARIA EL 1983 AMB LA CREACIÓ DE L'ASSOCIACIÓ DE PUBLICACIONS PERIÒDIQUES EN CATALÀ (APPEC)

pulsada per Eliseu Climent. La seva visió periodística comprenia tota l'àrea lingüística catalana, amb redaccions a València, Barcelona i Palma. En el seu primer número van participar, entre d'altres, Joan Fuster, Joan Francesc Mira, Ramon Barnils i Vicent Ventura.

L'impuls a les capçaleres publicades íntegrament en català arribarà a partir de l'any 1983 amb la creació de l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC), a partir d'una quinzena de revistes que van decidir associar-se per promoure els continguts d'aquestes publicacions, amb l'impuls de Ferran Mascarell, que aleshores era director de la revista *L'Avenç*. L'Associació va arribar a aplegar 150 capçaleres i es manté per sobre de les 120 l'any 2016, sota la direcció de Lluís Gendrau, editor del Grup Enderrock.

D'altra banda, a partir dels anys noranta sorgiran noves revistes dedicades a públics especialitzats. És el cas de la mensual *Enderrock* (1993), dedicada a la difusió del pop-rock i la música popular catalana. L'any 2004 va guanyar el premi Nacional a la Projecció Social de la Llengua Catalana, concedit per la Generalitat de Catalunya, i anualment entrega els premis Enderrock de la música catalana.

També hi trobem *Descobrir Catalunya* (1997), especialitzada en turisme i periodisme de viatges, que posa especial èmfasi en el turisme de proximitat. L'any 2014 tenia una difusió mitjana de 10.281 exemplars, segons l'OJD. *Descobrir* destaca per la seva qualitat fotogràfica i l'enfocament d'aspectes tradicionals, de natura i de gastronomia.





La revista mensual *Cuina*, nascuda l'any 2001 i editada al principi per Edicions 62, es convertirà en un èxit de difusió, juntament amb *Descobrir Catalunya* i *Sàpiens*. Dedicada a la gastronomia, l'any 2014 tenia una difusió mitjana de 10.667 exemplars segons l'OJD.

L'any 2002 neix *Sàpiens*, centrada en la divulgació històrica. Segons dades de l'OJD del 2014, la capçalera mensual té una tirada mitjana de 23.645 exemplars i una difusió mitjana de 15.247, fet que la converteix en la primera publicació en llengua catalana. Està editada per *Sàpiens Publicacions*, que a més engloba algunes de les capçaleres en català amb més èxit de lectors, com ara *Descobrir Catalunya*, *Cuina*, *Revista dels Súpers* (1998), *Experiències* (2014) o el *Petit Sàpiens* (2016). També va ser impulsora de la posada en marxa de *Time Out Barcelona* i de *Lonely Planet Magazine*, versions catalanes de capçaleres anglosaxones.

LES OPORTUNITATS D'INTERNET

Tot i la bona implantació de les revistes durant el segle XXI i la seva diversificació, és important destacar que la seva incidència entre el públic lector ha baixat al llarg dels últims anys. Així, segons dades de l'EMG del 2015, les revistes impreses tenen una

penetració del 38,5 %, una dada que contrasta amb la de l'any 1997, en què la implantació era del 54,7 %, o de l'any 2007, que era del 53,3 %.

La digitalització i l'avenç cada vegada més important d'Internet són les principals raons d'aquest declivi. Així, Internet tenia l'any 1997 una penetració del 0,9 %, mentre que l'any 2007 era

TOT APUNTA QUE A LA XARXA DEL FUTUR ELS CONTENIDORS DE CONTINGUTS TEMÀTICS TINDRAN MÉS SORTIDA QUE LES REVISTES ACTUALS

del 26,2 % i l'any 2015 se situa en un 66,7 %. Molts lectors que busquen informació i divulgació especialitzada es poden haver decantat cada cop més per les revistes digitals, que aporten una informació molt més actualitzada que els setmanaris i les revistes mensuals. Al mateix temps, s'ha de destacar que a la xarxa la majoria de publicacions són gratuïtes, de moment, en contrast amb el preu de les revistes d'alta gamma mensuals, amb un procés de producció que resulta en un preu percebut com a alt.

Internet és una gran oportunitat per a aquest tipus de publicacions, ja que n'abarateix de manera molt important els costos de producció i permet publicar continguts més diversificats i alternatius, amb molta més immediatesa, tot i que amb problemes per accedir a la publicitat o a les subvencions públiques en un context de retallades entre el 2012 i el 2016. Tot i que les principals revistes impreses han obert portals a Internet, encara són reticents a publicar continguts per por de perdre vendes als quioscos.

Encara que l'OJD no controla l'any 2016 les revistes digitals, l'EGM situa la versió a la xarxa del setmanari d'humor satíric *El Jueves* com un dels portals amb més visitants l'any 2015, amb 596.000 visites mensuals, fet que demostra que es pot compaginar la publicació impresa amb la digital, ja que la revista al quiosc també és una de les més venudes.

De totes maneres, Alexa (que mesura el trànsit en línia a cada país), mostra que, si bé els diaris d'informació general digitals són molt visitats per la població, les revistes encara no són significatives a Internet —la primera del mesurador Alexa és el portal d'*Hola.com*, i ocupa la posició 143 de 500 de tot el que circula per Internet a l'Estat espanyol. Per tant, sembla que a la Xarxa el futur estarà més basat en els contenidors de continguts temàtics, que lideren tots els rànquings, que en les revistes tal com les coneixem. Ç