

aprofitar la bona ona i la paciència del públic, i acabà presentant-nos una amiga seua que «tambien quiere triunfar en Espana». Més morro impossible.

Janita Salomé, l'amic i col·laborador del difunt **Xosé Afonso**, recuperà el color ètnic de la nit. Si **Afonso** estava enganxat amb l'Àfrica negra, **Salomé** s'ha deixat impregnar pel Magrib. Els influxos àrabs de les seues cançons tradicionals de l'Alentejo portuguès s'han convertit en una presència trepidant dels instruments de pell tibada i el cant caragolejat. Molta força i alhora modern.

Un altre roc: el mediterrani

Hi hagué una taula redona amb diversos músics i crítics que havia d'anunciar el tema del roc mediterrani. Ningú no va aconseguir parlar de la qüestió ni tampoc es va poder centrar cap altre tema sobre la taula. Bestieses a duro: per exemple, ¿com podríem traduir la paraula *rock*? ¿Què significa? Doncs, *roca* (etimologia acceptada per més d'un participant).

La temuda nit del roc es salvà del naufragi, perquè Déu és bo i vol que la gent es divertisca. Cap dels tres grups no va sobreixir de les propostes roqueres convencionals, matisos a banda. Sí que hi havia cert exotisme en l'algerià **Abderrahmane Djalti** i el seu *rai*, però sembla que no és aquesta l'última en el roc algerià, n'hi ha de més moderns i més ètnics.

Remigi Palmero sabé mantenir la figura amb certa dignitat. El públic que havia anat a divertir-se es prengué la festa pel seu compte i passà de cadires. Alcohol, marxa i samarretes. Molt de marro davant l'entaulat. La resta del públic acabà retirant-se animat pels iugoslaus de **Leb i Sol**, que s'allargaren fins la matinada amb el seu roc anglès en serbo-croat.

La dona i el flamenco

A València no hi ha hagut massa ocasions de veure un bon flamenco, i val a dir que ha resultat satisfactori el menú que havia preparat **Conrad Medina**, l'assessor d'aquesta nit de la dona i el flamenco. Curiosament, o no, la capçalera va atraure un bon contingent de feministes entre el públic, que no es trobaren precisament amb uns **Lole y Manuel**, amb els seus discursos progres, sinó ben al contrari. S'hauria de destacar la serenor del *jondo* de la paia **Carmen Linares**, que va crear l'ambient més refinat, i després l'antípoda, **La Paquera de Jerez**, que encara s'aguanta molt bé de veu i de marxa en el cos. Una miqueta haca sí que és. □

UN DIARI SENSACIONALISTA AL MERCAT CATALÀ

Arriba l'últim

L'última setmana de setembre un nou diari s'afegirà a l'oferta periodística catalana.

EL DIÀ

Es dirà «El Día de Catalunya» i té la intenció de ser una publicació distinta. La viabilitat d'aquesta empresa es suggerent i, alhora, enigmàtica.

Eduard Company i Fonts

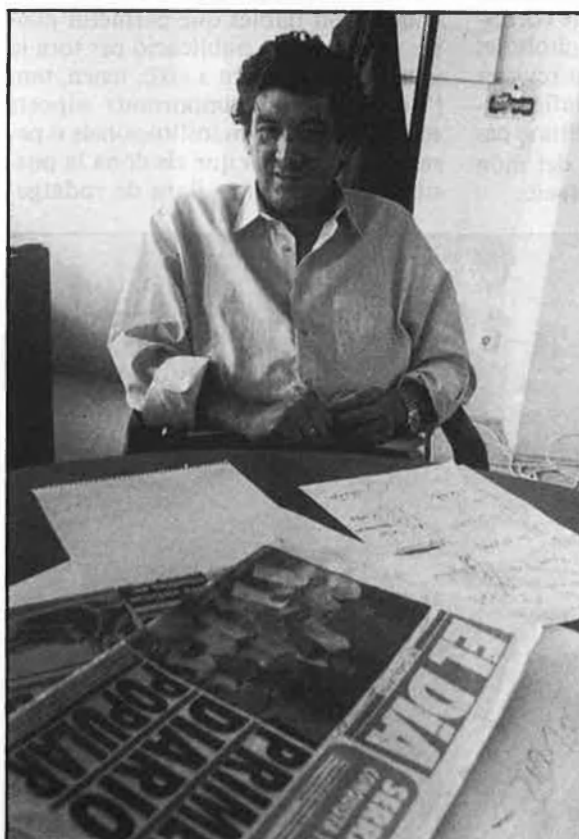
«La definició del que és un diari popular-sensacionalista, en els llibres de teoria de periodisme, no diu que són diaris que menteixen o que parlen només de rumors. Són diaris que han de ser tan exactes o més que els que s'anomenen com a seriosos, per la càrrega que duen en la titulació o en la fotografia. El que passa és que la paraula o el terme sensacionalista es considera totalment pejoratiu, perquè els intents que hi ha hagut, llevat del *Catalunya Express*, han rebut l'acusació d'un sensacionalisme real, és a dir, que s'han dit mentides, s'han dit idiotades,

i s'han fet volar coloms en temes on no n'hi havia. Nosaltres intentem un diari popular que sigui interessant més que important».

Amb aquestes paraules expressa, Carles Flo, director adjunt del diari *El Día de Catalunya*, les directrius de la publicació que l'última setmana de setembre té previst irrompre en el mercat periodístic de Catalunya.

El Día té com a director Juan José González, com a director adjunt l'esmentat Carles Flo, i com a editor Josep Maria Casanovas, que és, per la seva banda, editor del barceloní diari esportiu *Sport*. La idea d'aventurar-se a fer circular un rotatiu més en l'aparentment complet mercat periodístic català feia ja temps que rondava pel cap de Josep Maria Casanovas i de Juan José González, però només a partir de principis d'any el projecte va començar a fer-se realitat. El problema era, òbviament, econòmic. «Es trobava sempre capital —explica Carles Flo—, però darrere el capital hi havia una determinada intenció política. Al final, va aconseguir-se capital privat, i el finançament del diari va a càrrec d'una societat anònima que es diu Prensas i Difusión, SA. Per tant, això és una garantia que no hi haurà cap persona que tingui intencionalitat de fer servir el diari com a plataforma política pel futur».

El Día és un diari que vol defugir la semblança amb qualsevol de les publicacions que actualment s'editen a Catalunya. I, sobretot, pel que fa a la política. Segons Carles Flo, «en la resta de diaris, el tema po-



Juan José González, director del rotatiu.

lític és essencial, i, bé, la gent que vol saber de política ja té prou ofertes actualment, perquè és un mercat periòdic que hi està enterament ocupat. Aleshores, creiem que l'única possibilitat de fer un diari és fer-lo diferent, i només hi havia una parcel·la de mercat que estava buida, que és la del diari popular. En *El Dia*, la política no tindrà més cabuda que en un percentatge del tres al cinc sobre el global de pàgines».

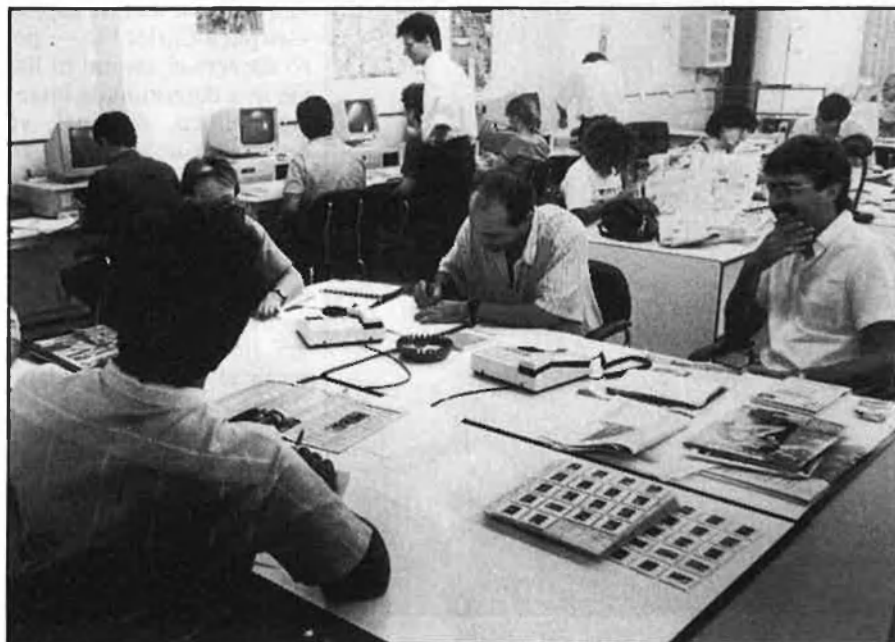
La intenció de la nova publicació és oferir les seccions habituals de qualsevol altre periòdic, només que amb una presentació distinta. El que és informació de Catalunya, d'Espanya, d'Internacional i d'Economia s'integra en una àrea que s'anomenarà «Las Noticias del Día». Una segona àrea s'ocuparà del tema del fet divers, dels successos de «sang i fetge». La resta de seccions seran la dels espectacles, la dels esports, i la de televisió.

A més, hi haurà uns trets diferencials amb les publicacions ja existents. La primera és el tema de portada, que no pretén coincidir amb el que sigui el més noticable de cada jornada, amb els titulars que normalment es repeteixen, per bé que amb estil diferent, en els diaris no sensacionalistes. *El Dia* vol treure un tema propi de portada, i sols té la intenció de permetre's la coincidència amb els altres diaris en un límit de tres vegades a l'any. D'altra banda, hi haurà un apartat seriat, que correspondrà a un reportatge per capítols; les pàgines centrals, que seran entrevistes o reportatges en què la fotografia ocuparà un espai primordial, i l'última pàgina, en color, que tractarà del món frívol de la gent i de l'espectacle.



Un títol més als quioscos. Baix, redacció d'«El dia».

Una qüestió que ha sobtat, en saber-se la publicació d'un nou diari d'àmbit català, és que aquest empli la llengua castellana. «El diari es fa en castellà per una raó molt clara —comenta Carles Flo—. En aquests moments, a Catalunya, hi ha dos diaris en català. El primer ha hagut de passar més de deu anys perquè comencés a experimentar un lleuger augment de vendes. I l'altre acaba de sortir i, bé, no hi ha dades prou fiables que permetin pensar que serà una publicació per tota la vida. Paral·lelament a això, tenen, tant l'un com l'altre, importants suports econòmics, que són institucionals o parainstitucionals, i que els dóna la possibilitat d'un temps llarg de rodatge.



Però una empresa privada no pot permetre's aventures d'aquest tipus, i com que el lector potencial és més ampli en castellà, cal anar al més segur».

El Dia de Catalunya s'ha inspirat en models de rotatius existents a Europa, com el *Bild* alemany, el *Sun* anglès, o el *France-Soir* gal. Malgrat això, no vol ser, el nou diari, un mer traspàs dels rotatius citats. La maqueta d'*El Dia* és totalment pròpia, i si en un inici s'ha pres com a punt de partida els models estrangers, aquesta decisió respon a la voluntat d'extreure'n els aspectes de cadascun que han semblat més positius.

Quant a l'etiquetatge que pot rebre el diari, no és aquest punt que preocupi ni gens ni poc els seus integrants. Carles Flo afirma que «mentre el diari es vengui, que ens posin una etiqueta o una altra, tan se'm dóna».

Malgrat l'expectativa creada al voltant del possible èxit o fracàs d'un diari popular, Carles Flo creu que hi ha un públic per a *El Dia*. «Fa dos o tres anys —explica—, hauria estat inviable treure aquest producte, perquè *El Periódico* tenia copat el mercat del que anomenem premsa sensacionalista. Però *El Periódico* cada vegada és més seriós i ja no el compra la persona que té poques ganes de llegir, sinó gent que vol passar temps en la lectura d'un diari. Té columnistes excel·lents i articles d'opinió importants. Per tant, creiem que ha deixat de ser el típic diari popular, i ja comença a fer por als diaris etiquetats com a seriosos, i no a nosaltres; és a dir, que *El Dia* no anirà a esgarrapar lectors a *El Periódico*, perquè ell els està esgarrapant més a dalt, i el que pretenem és buscar el lector que no té en aquest moment una premsa que el distregui o que li complementi les notícies que veu per televisió o que escolta per la ràdio. La nostra idea és anar a buscar lectors que no hi ha, gent que havia llegit i que ara no llegeix».

Quant a la possible semblança amb el diari *Sport*, l'editor del qual, Josep Maria Casanovas, és el mateix que el d'*El Dia de Catalunya*, sembla que tampoc no hi haurà gaires punts de coincidència. L'únic punt en què es podria establir una relació entre ambdós diaris és en l'estructura del color, que es reparteix sinònimament a la portada, i a les pàgines centrals i a la final.

En el projecte d'*El Dia* no pot deixar de contemplar-se la possibilitat d'una manca de resposta per part dels lectors. «Si el diari no té èxit —diu Carles Flo—, ens haurem equivocat nosaltres, no el públic. El públic no s'equivoca mai». □