

Catalunya escrita 'in english'

Els angloparlants residents a Catalunya compten amb dues publicacions fetes i pensades per a ells: 'Metropolitan', amb una tirada mensual de 20.000 exemplars des del 1996, i 'Catatonic', que en tira 1.000 cada tres mesos des de fa dos anys.

Es diuen *Barcelona Metropolitan* i *Catatonic*. Són dues revistes editades a Catalunya per als angloparlants que hi resideixen: unes 34.000 persones, segons les xifres dels consolats corresponents, o bé unes 56.000, si hi incloem alemanys, neerlandesos i escandinaus, molts dels quals tenen l'anglès de segon idioma. Totes dues publicacions són recents (1996 i 1995 respectivament), s'editen íntegrament en llengua anglesa, comparteixen alguns punts de distribució i reflecteixen algunes de les idees, preocupacions, opinions i parcialitats dels forasters locals. Ara bé, encara que puguin semblar-se a primer cop d'ull, tenen objectius i fins i tot lectors força diferents: són com la nit i el dia.

'**Barcelona Metropolitan**'. Originàriament es deia *The Barcelona Metro*, un títol desorientador que van canviar al cap de pocs mesos. És una revista plenament professional, amb una plantilla fixa de set persones i una vintena de col·laboradors habituals. De periodicitat mensual, es va fundar amb una sabata i una espardenyia, tot

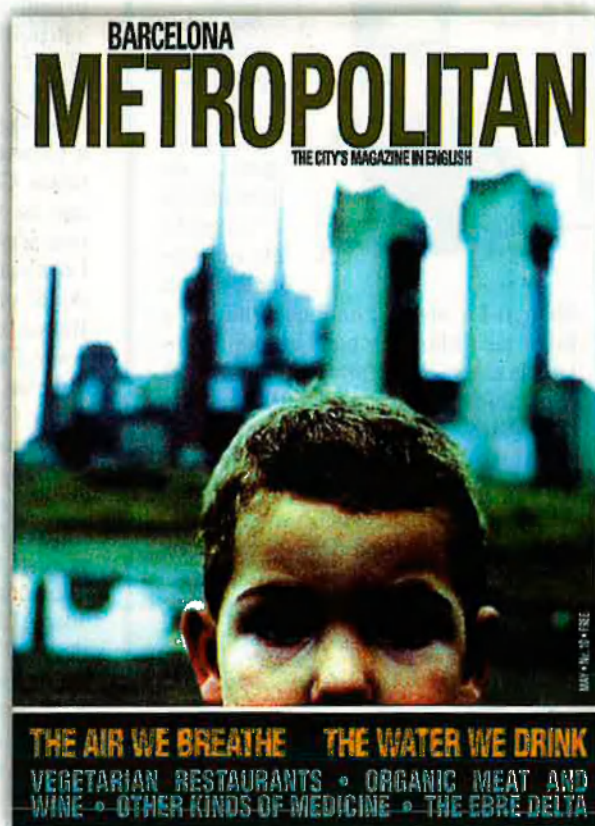
just fa un any, al pis sitgetà de l'anglesa Esther Jones. Feia un parell d'anys que tant ella com el periodista nord-americà Richard Schweid volien fer una revista en anglès a Barcelona, basant-se en

número —que va sortir per pèls, sense el suport econòmic dels quatre accionistes que l'Esther va buscar després— és una mostra ben representativa d'aquestes intencions. Entre la salutació inaugural —“ben-

vingut dear reader”— i l'article humorístic de l'última pàgina, hi ha una barreja d'informes especials, articles informatius locals, consells (“Hauria d'empadronar-me?”), llistes de telèfons d'interès i una guia cultural (un model que els interessava era, justament, *Time Out*, l'equivalent londinenc de la *Guia del Ocio*).

Tot i que aquest format ha quedat bàsicament intacte, *Barcelona Metropolitan* ha anat adquirint un aspecte cada vegada més “normal”: la mitja dotzena d'anuncis del primer número —de franc per als lectors, la revista no té cap més font d'ingressos— s'han convertit en unes set pàgines atapeïdes de publicitat (n'hi ha un total de 26); actualment té més de cent punts de distribució a Barcelona i al Garraf, incloent-hi cinemes, aeroports, hotels de luxe, consolats i cambres de comerç; el disseny gràfic ja és plenament homologable amb el de

'**Barcelona Metropolitan**' ha anat adquirint un aspecte cada vegada més “normal”. La mitja dotzena d'anuncis del primer número —de franc per als lectors, la revista no té cap més font d'ingressos— s'han convertit en unes set pàgines atapeïdes de publicitat (n'hi ha un total de 26).



models internacionals com ara *Prague Post* o algunes de les revistes en llengua anglesa que es fan a París. És a dir, volien tant una revista informativa com un fòrum representatiu de la comunitat angloparlant de la ciutat, i el primer

Alien Nació?

Els últims números tant de *Barcelona Metropolitan* com de *Catatonic* tenen la situació lingüística catalana de tema principal. I la diferència entre ambdues és notable. *Barcelona Metropolitan* ha publicat un article breu però ben equilibrat que incorpora entrevistes amb Josep Ll. Carod Rovira, Francisco Fernández Buey i fins i tot l'ultradretana Acció Cultural Miguel de Cervantes. Sense arribar a cap conclusió, l'article no deixa d'oferir-ne una visió força completa per a uns lectors que segurament en saben ben poca cosa. Així mateix, la revista en general adopta un to amistós en el tema català: respecta els topònims catalans, designa Catalunya i els catalans (en lloc d'Espanya i espanyols) quan s'escau, i inclou informació puntual (història, festes locals) sobre molts barris de Barcelona i pobles del país. Aquesta actitud reflecteix en part l'experiència personal de Richard Schweid, la percepció inicialment hostil del qual respecte al fenomen català –que ell confonia amb un nacionalisme agressiu o excloent– ha deixat pas a un “coneixement més profund”, que diu ell. Aparentment més catalanocèntrica, *Catatonic* (“La revista que mira Catalunya amb lupa”) pateix



d'una manca de coneixements bàsics a l'hora de tractar Catalunya. I no solament Catalunya: la manifestació blavera a Madrid del més passat –contra la decisió del Congrés de respectar les normes de la romanística internacional pel que fa a la unitat de la llengua– és presentada com una protesta contra “la imposició d'unes normes unificades”. En un altre lloc es parla de “la llengua de Joan Verdaguer” (un cosí llunyà, potser, de Manolo de Cervantes). I un altre article –que

pretén tractar de l'projecte de la nova llei de normalització lingüística a fons– és un potipoti de prejudicis (“no més els qui volen un

Shangri-La català continuen lluitant a favor de l'idioma”) barrejats amb titulars de diaris citats fora de context i una comparació estrofolària amb la cultura australiana.

Les ganes que *Catatonic* té de provocar a vegades signifiquen que la revista rega fora de test, si més no en aquest tema. Havent dit això, Barass assegura, somrient, que no té res contra el català i que fins i tot el parla “en cercles íntims, com l'Aznar”. M. T.

qualsevol revista de quiosc; i aquests últims mesos ha aconseguit de dur alguns entrevistats famosos a portada (Jackson Browne, Bobby Robson i Paul Auster...). Pel que fa al futur, Schweid ho veu clar: “Volem arribar també a la nova comunitat angloparlant: els africans i asiàtics que ara s'estableixen a la ciutat”. Si ho aconseguís, la revista podria sobrepassar el tiratge actual de 20.000 exemplars, que no ha

variat gaire durant els dotze mesos de la seva existència. Mentrestant l'Esther Jones considera un augment del nombre de pàgines fins a trenta-quatre i la inauguració d'una revista germana a les Illes Balears.

'*Catatonic*'. Res més lluny dels plantejaments de l'anglès John Barass, fundador (“gras, amb ulleres i molt tossut”, segons que diu ell mateix) d'aquesta revista que ha

sortit cada tres mesos des de l'estiu del 1995 amb el propòsit declarat de fustigar les vaques sagrades locals. “Aquí encara fa falta una cultura de la queixa –segons Barass, que va aterrar a Barcelona fugint del thatcherisme imperant al seu país–, i tant jo com la meua companya pensàvem que hi havia una sèrie de temes que no es comentaven prou ni dintre ni fora el país”. D'aquí ve el nom de la revista (que no té res a veure amb la coneguda síndrome psicomotriu): *Catatonic*: una “tònica per a Catalunya”.

Per comentar aquests temes a fons Barass va reunir un petit grup de periodistes, com ara la canadenc Lianne Fairley, experta en drets civils que ha escrit una sèrie d'articles sobre alguns abusos fets a Catalunya, des de l'aplicació massa estricta de la llei d'estrangeria fins a la prescripció indiscriminada de psicofàrmacs; o Louise Ferguson, autora d'un informe detallat –i magistral– sobre la manera com Telefònica s'ha aprofitat de les noves tecnologies per aixecar la camisa a tothom llevat als propis accionistes. Claire Mortimer –periodista que ha vist molt de món– escriu una popular secció sobre viatges. La revista també reflecteix algunes de les preocupacions personals de Barass mateix, que escriu a raig sobre l'ensenyament i la indústria vinícola, dos dels seus temes preferits. Conventat que hi ha molts escriptors frustrats entre la comunitat angloparlant a Catalunya, inclou un conte d'un autor a cada número, i fa poc va localitzar un bon analista futbolístic, Rob Jones, per comentar les gestions recents de Josep Lluís Nuñez (“un gàngster descarat”, segons Barass).

Catatonic té un tiratge de mil exemplars, però Barass creu que la qualitat dels articles i la importància dels temes tractats fan que cada número sigui llegit per molta més gent. La distribució no deixa de ser limitada: uns vint punts de venda al centre de Barcelona, que han anat eixamplant a poc a poc, de manera que es pot trobar a Girona, Reus, Empúries, Tarragona, i a moltes facultats d'estudis hispànics de la Gran Bretanya i, al cap de poc, als Estats Units. Per Barass

John Barass

John Barass (Yorkshire, Anglaterra, 1959) havia treballat per a Haymarket Press i per al Consell d'Exàmens de la Universitat de Cambridge abans d'abandonar el país i venir aquí, on va fundar *Catonic*, una revista difícil de classificar, tot i que un dels eslògans publicitaris que s'ha inventat en capta bé el tarannà: "The cheek of it" ('Quina barra!').

—Quines revistes i publicacions d'aquí li agrada de llegir?

—*El País*, *Cinco Días*, *El Triangle*..., *Cambio 16* de tant en tant. Com les garses, m'agrada d'arreplegar qualsevol cosa que m'interessi. Això de treure publicacions de qualitat, moltes d'elles d'interès minoritari, els catalans ho fan extraordinàriament bé...

—El Triangle és un model?

—El Triangle és força més atrevit que no pas jo. Com que aquí la premsa no acaba de ser lliure del tot, ells publiquen coses i llavors els demanen per quantitats astronòmiques... Per això, nosaltres ens hem registrat com a empresa anglesa, no espanyola.

—Acaba de publicar un article a l'últim número de la publicació que hauria pogut ser escrit per qualsevol membre de CADECA. Però no sembla que *Catonic* sigui una revista anticatalana. Teniu cap política diguem-ne lingüística?

—Cal fer reportatges sobre el fenomen de la normalització lingüística, i des de tots els punts de vista possibles. Vull reflectir-los tots i crear un debat sobre el cas.

—En el cas que un grup de catalans publiquessin una revista crítica a Anglaterra, en català, anomenada *Anglofanfarrònic*, quina reacció rebria dels anglesos?

—A la gent, no l'importa de ser criticada pels seus, però quan reben crítiques d'un foraster ja no les percep com a crítiques sinó com a insults. És un fenomen universal això. Crec que alguns anglesos se sentirien tan ofesos com alguns catalans s'hi han sentit per *Catonic*. M. T.

MIREIA MARGENAT



Richard Schweid

Richard Schweid (Nashville, Tennessee, EUA, 1946) és periodista i autor experimentat que treballava per una sèrie de diaris dels estats del sud abans de fer cap a Barcelona, encarregat d'escriure un llibre sobre la ciutat; el resultat fou *Barcelona: Jews, Transvestites and an Olympic Season* (Ten Speed Press, 1992): un retrat afectuós —amb unes pinzellades

interessants sobre la història dels jueus catalans— de la ciutat que Richard ha acabat convertint en casa seva. Ara hi treballa de periodista *freelance* per a Associated Press, de productor extern del programa *Trenta Minuts* de TV3 i de cap de redacció de la revista *Barcelona Metropolitan*.

—Quin seria el seu ideal de revista?

—M'agradaria que tingués més pàgines, amb més coses per a llegir. Potser un dia m'agradaria de rebre una trucada del Grupo Z fent-me una bona oferta... D'aquí a molts anys, eh?

—I la distribució?

—Ara, hem de continuar concentrant-nos en el mercat local, perquè crec que la nostra feina en aquest aspecte ha de millorar. Encara n'anem aprenent.

—Hi ha alguna publicació en anglès als Països Catalans, com ara *Majorca Daily Bulletin*, que és gairebé colonial, feta per una mena de club molt tancat.

—Hi hem rumiat molt, sobre tot això. I estic content de poder dir que la comunitat angloparlant de Barcelona —a diferència de comunitats semblants, com la de Mallorca, i, crec, la de Madrid— no és tancada. Per alguna raó, els angloparlants d'aquí solen integrar-se molt més al seu entorn. Això és una bona notícia per a *Barcelona Metropolitan*, perquè volem funcionar com un pont, volem fer que els angloparlants vagin coneixent cada vegada millor les comunitats d'aquí i a l'inrevés. A més, voldria que acabéssim essent un fòrum representatiu de les seves preocupacions, vinguin d'on vinguin els seus membres. Que fóssim el penell d'aquesta comunitat. M. T.

MARC VILA



el futur està en les subscripcions internacionals (el preu actual de la revista és de dues-centes pessetes) i vol arribar a un tiratge màxim de cinc mil exemplars. Actualment, financen la revista els seus col·laboradors. Barass és el primer a admetre que es tracta d'un projecte especialitzat: "la situació social i política és més candent a Catalunya que no pas a Madrid, però la premsa anglesa no ho reflecteix,

i aquí hi ha un buit informatiu. I som els únics que l'omplim".

Schweid i Barass es coneixen i no s'estan de fer-se alguna crítica constructiva. Per Schweid, *Catonic*, que li agrada, va adreçada a un públic més jove, i sense cap plantejament econòmic seriós. Per Barass, els articles que surten a *Barcelona Metropolitan* són d'un to un pèl insuls i no van a cap públic en concret, tot i que creu que la revis-

ta és viable com a guia local i que ho podria ser encara més, si es convertís en setmanari. Però com diu Schweid, no hi ha gens de competència entre totes dues: "Com pot haver-n'hi, quan la nostra revista, a diferència de la d'en John, és de franc? Qui compra *Catonic* també pot obtenir *Barcelona Metropolitan* sense problemes".

Matthew Tree