

Comunicació



Un detectiu enginyós fa indagacions d'alt risc

A Judd Risk Management hi acudeixen aquells que ni la policia ni l'FBI no poden ajudar

Entrevista: Joan Morales El director de 'Descobrir Catalunya' avalua el moment actual de la revista mensual en el seu desè aniversari

“Som del món des de l'especificitat catalana”

Òscar Montferrer
BARCELONA

Descobrir Catalunya fa deu anys que és als quioscos. Hi confiaven?
Quan fas un projecte nou, sempre el fas amb la il·lusió de durar molt. Pràcticament començàvem des de zero i teníem un doble repte: mantenir una revista en català al quiosc i saber si una revista de divulgació i viatges específica dels Països Catalans tenia sortida. Amb el pas dels anys hem pogut comprovar que la proposta rutila, perquè el model *Descobrir* ha estat imitat en d'altres publicacions, com ara els magazins de cap de setmana dels diaris.

Com veu ara la feina feta aleshores?
Vist amb perspectiva, la revista potser estava una mica enfarfegada, el punt pràctic no estava prou treballat. Teníem la intuïció de per on havien d'anar els trets, però no teníem experiència.

Hi ha hagut reorientacions temàtiques?

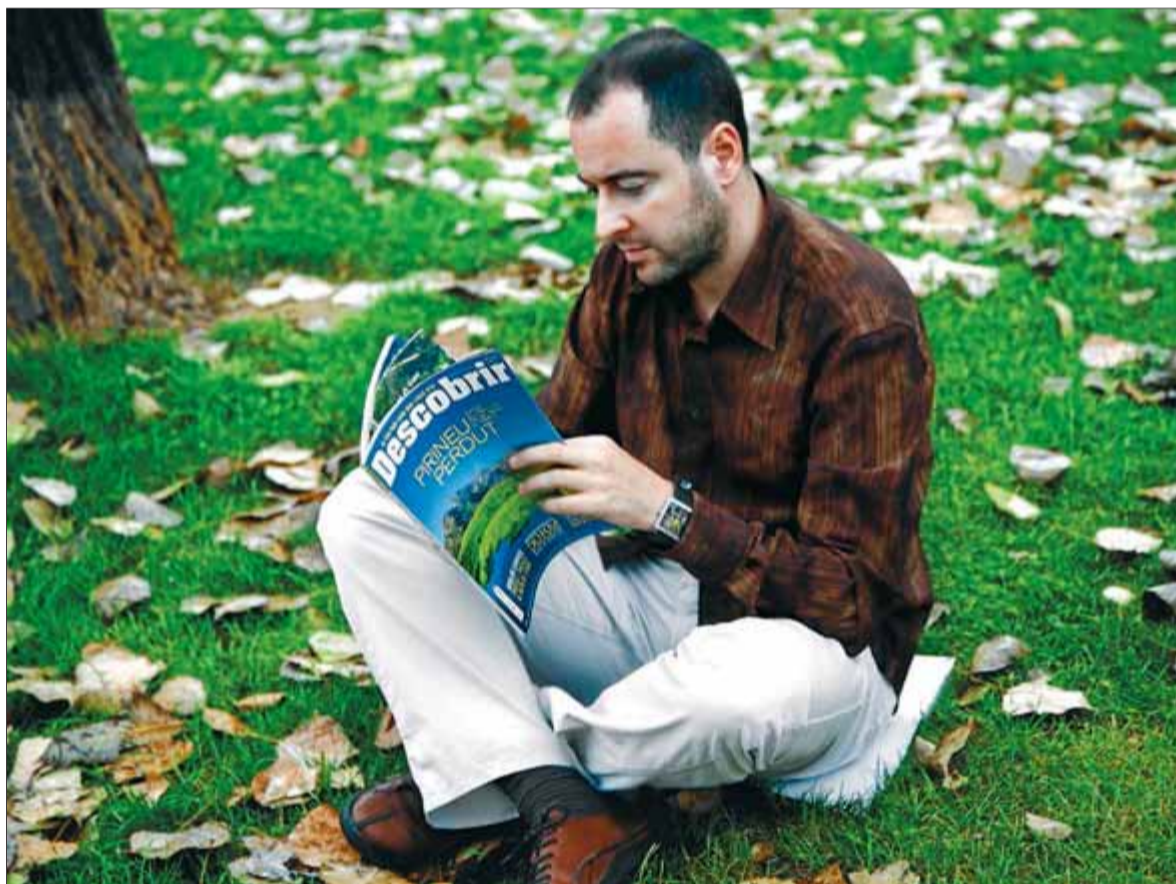
No. Al començament, s'entenia que els lectors no estarien només interessats per la geografia, sinó per tots els aspectes que conformen el país. Quan van arrencar *Descobrir cuines*, *Nat* i *Sàpiens*, que tocaven temes concrets, el *Descobrir Catalunya* els va deixar de banda. Ara recuperem aquests temes perquè considerem que cada revista té els seus lectors i que no parlar de segons què deixa el nostre lector desatès.

Qui segueix la revista?

Segons l'OJD, som la revista de divulgació i viatges més venuda a Catalunya. Tenim un públic fidel i unes vendes estables, sense grans pujades ni grans baixades. A grans trets, ens segueixen les persones que hi troben propostes i viatges que poden fer i les que viatgen per Catalunya des de casa.

Com es satisfan aquests dos grups de públic?

Hi tenen molt a veure, des de sempre, la qualitat fotogràfica i el plantejament dels articles. Hem de ser fidels al nostre lema, el teu país com mai no l'has vist, i això vol dir ser útil per als que van als llocs, amb una part pràctica molt



El periodista Joan Morales és el director de la revista mensual 'Descobrir Catalunya' ■ XAVIER BERTRAL

present i amb informació molt contrastada que garanteixi la bondat de les recomanacions. Als que no hi van, se'ls ha de permetre somniar amb un país que té una gran diversitat.

Això explica l'increment de gràfics i d'informació visual?

Descobrir Catalunya incorpora tots els elements que faciliten poder practicar el territori a partir de la revista. Ara tenim els mapes centrals, que mostren el territori en tres dimensions i donen la informació necessària per moure's pel terreny. La cartografia de les rutes també és nova i vol ser útil i fidel a la realitat.

Amb quins criteris confegeixen cada edició?

Hi ha una combinació de dos factors. D'una banda, la temporalitat, perquè el mes de publicació marca part dels continguts, que han de reflectir el moment en què la revista està a la venda. De l'altra, la diversitat, que es tradueix en aproximacions a un tema

des de diversos punts de vista. La intenció és que, en conjunt, cada edició de la revista cobreixi totes les opcions que ofereix el país.

No els preocupen les repeticions?

El nivell de detall amb què treballam ens permet parlar de qüestions molt concretes que no estan a l'abast de les revistes que estan obligades a donar una visió més general. La proximitat ens permet ser més competitiu i això no ho veig com un handicap sinó com un avantatge. Dit això, és cert que en els 113 números publicats hi ha temes que s'han tocat més d'un cop, però el territori evoluciona i sempre és possible trobar-hi perspectives diferents: les universitats i altres entitats han investigat i restaurat elements del patrimoni i han creat nous punts d'interès.

Descobrir Catalunya la percep, la crisi general de la premsa escrita?

Les revistes de divulgació general no estan patint ni de bon tros la crisi que pateixen els setmanaris, que estan amenaçats pels suple-

ments dominicals dels diaris. De fet, en el nostre cas, l'oferta d'informació que hi ha ara és molt superior a la que hi havia abans i és això el que ens obliga a evolucionar, a incrementar la interactivitat amb el lector i a mantenir una revista àgil i dinàmica.

Com conviuen una revista d'àmbit nacional i la globalització?

Una de les paradoxes de la globalització és que hi ha referents culturals, locals i econòmics que estan molt lluny de l'àmbit propi i, com que té aquests efectes, també genera la paradoxa que necessites refermar-te en la diferència, és a dir, que tu ets igual que tothom a tot el món, però des de la teva particularitat. En aquest sentit, és evident que el *Descobrir* satisfà perfectament aquest sentiment: som del món, som europeus, però ho som des de l'especificitat catalana. La revista permet satisfer el sentiment d'orgull de país. ■

* Joan Morales és el director de la revista mensual *Descobrir Catalunya*.

La mirada

Lluís Montserrat



Qui no estrena...

Sembla que els canals estan d'acord en una cosa: Per començar bé la temporada, cal estrenar moltes coses. S'ha estrenat de tot. Sèries de producció pròpia, de producció aliena, documentals, *docushows*... en fi, un luxe. Si més no per la quantitat, que la qualitat ja és un altre tema. Amb tanta novetat, alguns dels formats que ja vénen de temporades passades han decidit renovar-se una mica, per no ser menys que els seus nous veïns. Així hem pogut retrobar antics coneixuts, com el *Caiga quien caiga* (CQC) de Tele 5, instal·lats en un set aparentment més espaiós i... no se m'acut quina altra virtut pot tenir. I els canvis no es limiten a l'escenografia, al CQC.

'CQC' decideix substituir l'humor corrosiu per la gamberrada

Hi ha incorporacions i desaparicions. La més sonada, la de l'Arturo Valls, que ja no dona a l'abast amb les *Gominolas* (una altra de les estrenes de la temporada) i altres negocis. Però el canvi més significatiu no és cap dels esmentats. Bé, en realitat, més que un canvi, és una deriva que afecta l'essència mateixa del CQC, un format que basa la seva eficàcia còmica en el fet d'assaltar personatges públics per incomodar-los amb algun dels temes que configuren els seus *talons d'Aquil·les*. Aquest és el factor distintiu del *Caiga*, i això és el que, cada vegada més, es va substituint per l'assalt a seques, substituint la *incomodació* per la *molèstia* pura i dura, és a dir, sense la càrrega de profunditat, sense furgar talons, ni d'Aquil·les ni de ningú. Substituint, en definitiva, humor corrosiu per gamberrada gratuïta. Sort que, encara, hi ha reporters com el Juanra o l'Eugeni que no renuncien a l'opció intel·ligent. Que durin!