

# Notas al margen sobre la cosecha 2009

## Notas à margem sobre a colheita 2009

**Javier Errea** PRESIDENTE DE LA SNDE

Las cosas no han mejorado en este 2009. El sector está sumergido en una espiral negativa y las medidas que se toman son radicalmente cortoplacistas. El panorama no da para más o al menos nadie quiere que dé para más. No cabe el riesgo. Ni mentarlo. Amparadas en la dichosa crisis, las compañías periodísticas han renunciado a dar la batalla. Aprovechan la menor ocasión para recortar. Medidas paliativas que no permiten bajo ningún concepto afrontar con garantías el futuro. Es como si nuestra única baza a estas alturas fuera morir dulcemente, sin dolor.

En congresos y foros de distinto pelaje nadie habla de periodismo. Se habla, y mucho, de convergencia, de redacciones multimedia, de multiplataformas 24/7... Nadie sabe bien qué es todo eso o cómo se hace, pero se lleva. Significativo y descorazonador momento éste en el que la calidad interesa con la boca pequeña. ¿Hemos perdido definitivamente la vocación? Porque, en el fondo, se trata de esto. Me acusarán de ingenuo y de nostálgico trasnochado, pero mientras el periodismo quede oculto bajo tanto foco 'convergente', mientras este viejo oficio nuestro de contar historias que emocionan esté al albur de los departamentos de marketing o de los tiburones financieros... sólo se podrá hablar de crisis.

**Javier Errea** PRESIDENTE DA SNDE

As coisas não melhoraram em 2009. O sector está submerso numa espiral negativa e as medidas que se tomam são radicalmente de curto prazo. O panorama não dá para mais ou pelo menos ninguém quer que dê para mais. Não existe o risco. Nem mencioná-lo. Amparadas na dita crise, as empresas jornalísticas renunciaram em lutar. Aproveitam a mínima ocasião para cortar. Medidas paliativas que não permitem sob nenhum pretexto encararem com garantias o futuro. É como se a nossa única vaza nesta altura fosse morrer docemente, sem dor.

Em congressos e foros de distinta pelagem ninguém fala de jornalismo. Fala-se, e muito, de convergência, de redacções multimédia, de multiplataformas 24/7... Ninguém sabe bem o que é isso tudo ou como se faz, mas está na moda. Significativo e desanimador este momento no qual a qualidade interessa com a boca pequena. Perdemos definitivamente a vocação? Porque, no fundo, trata-se disso. Acusaram-me de ingénuo e de nostálgico passado de moda, mas enquanto o jornalismo fique oculto sob tanto foco 'convergente', enquanto este nosso velho ofício de contar histórias que emocionam esteja à mercê dos departamentos de marketing ou dos tubarões financeiros... só se poderá falar de crise.



1



2



3



4



5

Perdón si alguien se ha molestado. No era mi intención. Tan sólo quería aprovechar el arranque de este epílogo anual al volumen ÑH6 para propagar un poco de optimismo desde la convicción periodística. Hay futuro para el periodismo. Vaya si lo hay. Está demostrado: las noticias venden. Pero está demostrado también que las noticias cuestan dinero. La información es cara y no puede ser gratis.

La cosecha ÑH6 ha sido amplia a pesar de los pronósticos. La SNDE está muy satisfecha porque la participación ha sido igual a la de 2008, año de récords. Por todo ello, gracias. Gracias a los medios y a las personas que creen en esta cita. ÑH sólo quiere ser un momento de encuentro y de celebración. Sin los medios y sin las personas, ÑH no tendría razón de ser. Ojalá sigáis todos el año próximo; ojalá se sumen otros que han faltado.

Más allá de los premios que el jurado ha concedido, y como siempre, me gustaría añadir algunas consideraciones personales. Son asuntos que me han interesado y que tal vez interesen también a los que hojeen este libro. Con ese ánimo las hago.

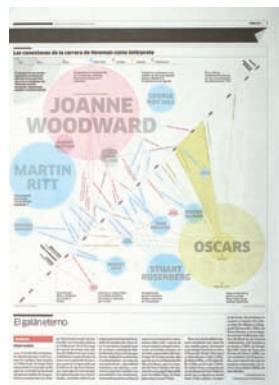
• **El País, en ÑH6.** El diario líder de la prensa española envió trabajos a concurso por primera vez en seis años. Sólo este hecho es motivo de celebración. Hay ausencias que duelen especialmente, y la de *El País* era para la SNDE especialmente dolorosa. Dicho lo cual, es curioso comprobar lo difícil que resulta tomar distancia y valorar en su justa medida páginas y coberturas que uno ha visto antes como lector. Quiero decir que *El País* —como *El Mundo*, como el periódico local de tu ciudad— forma parte del paisaje diario con el que uno se desayuna y convive. En ese sentido, resulta muy ‘familiar’ y la capacidad de sorpresa de un jurado es menor. ¿Qué quiero decir? Sencillo: tiendo a pensar —quizá equivocadamente— que también los miembros del jurado han pasado de este modo por las páginas de *El País* y que acaso *El País* haya sido juzgado más severamente precisamente por ser *El País*. No lo sé. En el volumen ÑH5 ponderaba positivamente el rediseño de 2007, en fondo y forma. Un año después mantengo lo dicho: creo que la oferta informativa de *El País*, a todos los niveles, es magnífica. No suene esto a jabón. Desde un punto de vista gráfico, las aperturas de la sección Vida y Artes

Desculpem se alguém se incomodou. Não era a minha intenção. Só queria aproveitar o arranque deste epílogo anual ao volume ÑH6 para divulgar um pouco de optimismo a partir da convicção jornalística. Há futuro para o jornalismo. Então não existe? Está demonstrado: as notícias vendem. Mas também está demonstrado que as notícias custam dinheiro. A informação é cara e não pode ser grátis.

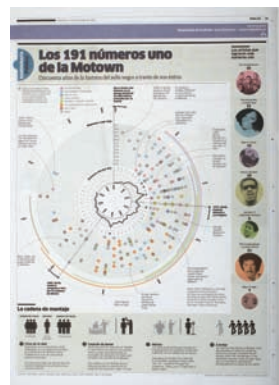
A colheita ÑH6 foi ampla apesar dos prognósticos. A SNDE está muito satisfeita porque a participação foi igual à de 2008, ano de recordes. Por tudo isto, obrigado. Obrigado aos meios e às pessoas que acreditam neste encontro. ÑH só quer ser um momento de encontro e de celebração. Sem os meios e sem as pessoas, ÑH não teria razão de ser. Oxalá que continuais todos no próximo ano; oxalá que adiram outros que faltaram.

Para além dos prémios que o júri concedeu, e como sempre, gostaria de acrescentar algumas considerações pessoais. São assuntos que me interessaram e que talvez interessem também aos que folheiem este livro. Faço-as com esse propósito.

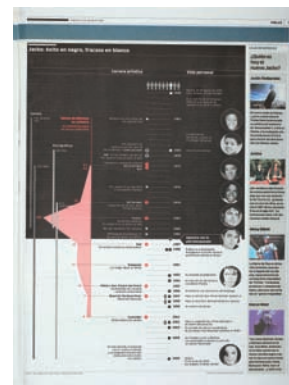
• **El País, no ÑH6.** O diário líder da imprensa espanhola enviou trabalhos para concurso pela primeira vez há seis anos. Só esta situação é motivo de celebração. Existem ausências que doem especialmente, e a do *El País* era para a SNDE especialmente dolorosa. Tal referência, é curioso verificar o difícil que é afastar e avaliar na sua justa medida páginas e coberturas que alguém viu antes como leitor. Quero dizer que o *El País* —como o *El Mundo*, como o jornal local da tua cidade— faz parte da paisagem diária com o qual alguém toma o pequeno-almoço e convive. Nesse sentido, torna-se muito ‘familiar’ e a capacidade de surpresa de um júri é menor. O que é que eu quero dizer? Simples: sou levado a pensar —talvez equivocadamente— que também os membros do júri passaram deste modo pelas páginas do *El País* e que por acaso o *El País* foi avaliado mais severamente precisamente por ser o *El País*. Não o sei. No volume ÑH5 ponderava positivamente o redesenho de 2007, no conteúdo e forma. Um ano depois mantenho o que foi referido anteriormente: acredito que a oferta informativa do *El País*, a todos os níveis, é magnífica. Que isto não soe a graxa. Desde o ponto de vista gráfico, as aber-



6



7



8



9



10

son pulcras y tremendamente efectivas: uno tiene ganas de leer los temas en ellas tratados porque son interesantes y están en boca de todos y, también, porque su puesta en página es serena [fig. 1]. La cobertura informativa de la muerte de Michael Jackson, tanto el día de autos como durante los días siguientes, fue soberbia. Vale la pena detenerse en las páginas temáticas diarias que se engloban bajo el epígrafe Tendencias (Moda, Estilos, Gastronomía...): sin dejar de ser *El País*, aportan aire fresco al periódico [fig. 2]. Y por lo que se refiere a los suplementos, más allá de su desigual calidad gráfica o de la ausencia de una línea coherente que los vertebrase, me fijaría en la fantástica apuesta fotográfica que nos regala cada fin de semana el cuaderno de reportajes y análisis Domingo (Marisa Flórez, Gorka Lejarcegi, Luis Magán...) o en las portadas-illustración de Babelia [figs. 3 y 4]. Pero sería injusto olvidar el riguroso trabajo que realiza el departamento de infografía que dirige Tomás Ondarra, alejado casi siempre de efectismos y volcado en la información, algo que seguramente le resta muchas medallas en competiciones como ésta y otras. Coberturas y portafolios como el del accidente del avión de Air France [fig. 5] o el de la catás-

trofe de Spanair en Barajas —con su posterior investigación—, entre otros, son ejemplos admirables de profesionalidad por su detalle, contraste de fuentes y seguimiento constante.

• **Público, la infografía invade todas las secciones.** Con una aproximación al género muy diferente y un estilo que ya se comentó en el volumen NH5, la infografía de diario madrileño *Público* merece un reconocimiento especial por haber sabido ‘contaminar’ secciones tradicionalmente vedadas. Que yo sepa, ningún diario en España había aplicado antes el lenguaje de los gráficos —y, particularmente, el de la estadística— al cine, la literatura o la música con semejante regularidad. Sí en Estados Unidos, donde su admirado *The New York Times* ya ganó, por ejemplo, el máximo galardón de los Premios Malofiej en 2009 con un complejo gráfico sobre la recaudación de las películas estrenadas en ese país en los últimos 25 años. Pues bien, vale la pena descubrir de la mano de la infografía de *Público* las conexiones cinematográficas de Paul Newman con ocasión de su muerte [fig. 6]; o los 191 números uno de la discográfica Motown a la muerte de Michael Jackson [figs. 7 y 8]; o la influencia de Edgar Allan

turas da secção Vida e Artes são perfeitas e bastante efectivas: alguém tem vontade de ler os temas nelas tratados porque são interessantes e estão na boca de todos e, também, porque a sua colocação em página é serena [fig. 1]. A cobertura informativa da morte de Michael Jackson, tanto no dia de autos como durante os dias seguintes, foi soberba [figs. X e X]. Vale a pena parar pelas páginas temáticas diárias que se englobam sob a epígrafe Tendências (Moda, Estilos, Gastronomia...): sem deixar de ser o *El País*, contribuem ar fresco ao jornal [fig. 2]. E no que se refere aos suplementos, mais além da sua desigual qualidade gráfica ou da ausência duma linha coherente que os estructure, prestar atenção na fantástica aposta fotográfica que nos presenteia cada fim-de-semana o caderno de reportagens e análise Domingo (Marisa Flórez, Gorka Lejarcegi, Luis Magán...) ou nas primeiras páginas-illustração de Babelia [figs. 3 e 4]. Mas seria injusto esquecer o rigoroso trabalho que realiza o departamento de infografia que dirige Tomás Ondarra, afastado quase sempre de efetismos e dirigido para a informação, algo que certamente lhe retira muitas medallas em competições como esta e outras. Coberturas e portefólios como o do acidente

do avião da Air France [fig. 5] ou o da catástrofe da Spanair em Barajas —com a sua posterior investigação—, entre outros, são exemplos admiráveis de profissionalismo pelo seu detalhe, contraste de fontes e seguimento constante.

• **Público, a infografia invade todas as secções.** Com uma aproximação ao género muito diferente e um estilo que já se comentou no volume NH5, a infografía do diário madrileño *Público* merece um reconhecimento especial por ter sabido ‘contaminar’ secções tradicionalmente vedadas. Que eu saiba, nenhum diário em Espanha aplicou anteriormente a linguagem dos gráficos —e, particularmente, o da estatística— ao cinema, a literatura ou a música com semelhante regularidade. Se nos Estados Unidos, onde o seu admirado *The New York Times* já ganhou, por exemplo, o máximo galardão dos Prémios Malofiej em 2009 com um complexo gráfico sobre a arrecadação dos filmes estreados nesse país nos últimos 25 anos. Pois bem, vale a pena descobrir da mão da infografia do *Público* as conexões cinematográficas de Paul Newman por ocasião da sua morte [fig. 6]; ou os 191 números um da discográfica Motown à morte de Michael Jackson [figs. 7 e



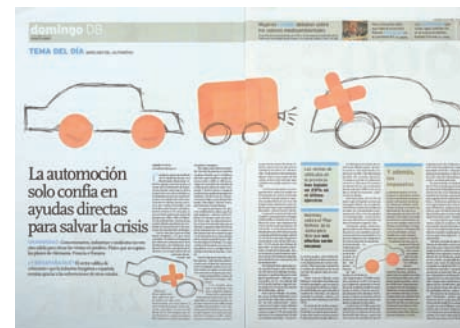
11



12



13



14



15



16

Poe en otros escritores al cumplirse su segundo centenario [fig. 9]...

• **Tecnología 3D para los gráficos de Marca.** El tercer y último comentario sobre infografía va para *Marca*. Sobre *Marca* podría decirse lo mismo que he dicho sobre *El País*: lectores y jurados dan por descontado que *Marca* va a 'explicar' infográficamente los goles de un partido con gran despliegue tecnológico y que eso es lo menos que se puede esperar del diario deportivo líder en la península. Seguramente, por este motivo, han pasado desapercibidas las increíbles reconstrucciones de jugadas y goles en 3D que *Marca* viene haciendo de un tiempo a esta parte a partir del vídeo y aplicando software específicos. La comparación entre los goles de Maradona y Messi [fig. 10], por citar sólo uno de los ejemplos a concurso, es de un realismo asombroso.

• **¿Portada-cartel o portada clásica?** También hemos hablado aquí, en volúmenes anteriores, de los progresos experimentados por la portada-cartel en la prensa española. *El Periódico de Catalunya*, el primero que se aventuró por esa senda, sigue deslumbrando y se ha llevado el

premio a la portada del año. Aunque *Público* la frecuenta con menos intensidad que antes, vuelven a destacar algunos diarios pequeños y sin complejos. Singularmente, *Heraldo de Soria* [fig. 11] y *Diario de Burgos* [fig. 12], aunque también *La Voz de Cádiz*. En un momento en el que hasta *Libération*, referencia indiscutible del cartelismo en portada, ha decidido cambiar de estrategia, resulta asombroso —y es hasta contagioso— constatar cómo estas cabeceras apuestan por la sorpresa como fórmula y renuncian al temor como excusa. De todas formas, sí es cierto que el fenómeno, que apuntaba alto, ha detenido su avance. No ha habido epidemia. Todo tiene sus ventajas y sus inconvenientes.

• **No sólo de premaquetas vive la información del día.** Alguna vez he comentado que es una pena que los diarios reserven sus 'cañones' visuales para los suplementos y, en todo caso, para las grandes ocasiones. A mi juicio, eso es maltratar a los lectores. No es verdad que la información del día deba someterse a la dictadura de las premaquetas por exigencias del guión (cierre). Que se lo pregunten si no a la gente (poca) de *Heraldo de Soria* y *Diario de Burgos*.

8]; ou a influência de Edgar Allan Poe noutros escritores ao fazer o seu segundo centenário [fig. 9]...

• **Tecnologia 3D para os gráficos de Marca.** O terceiro e último comentário sobre a infografia vai para a *Marca*. Sobre a *Marca* poderia dizer-se o mesmo que eu disse sobre o *El País*: leitores e júris dão por garantido que a *Marca* vai 'explicar' infográficamente os golos de um jogo com grande desdobramento tecnológico e que isso é o mínimo que se pode esperar do diário desportivo líder na península. Certamente, por este motivo, passaram despercebidas as incríveis reconstruções de jogadas e golos em 3D que a *Marca* nos últimos tempos tem vindo a fazer a partir do vídeo e aplicando software específicos. A comparação entre os super golos de Maradona e Messi [fig. 10], por referir só um dos exemplos a concurso, é de um realismo espantoso.

• **Primeira página-cartaz ou primeira página clássica?** Também falamos aqui, em volumes anteriores, dos progressos experimentados pela primeira página-cartaz na imprensa espanhola. *El Periódico de Catalunya*, o primeiro que

se aventurou por esse caminho, continua a apaixonar e ganhou o prémio de primeira página do ano. Ainda que o *Público* a frequente com menos intensidade que antes, voltam a destacar-se alguns diários pequenos e sem complexos. Singularmente, *Heraldo de Soria* [fig. 11] e *Diario de Burgos* [fig. 12], ainda que também *La Voz de Cádiz*. Num instante no qual até *Libération*, referência indiscutível do cartelismo em primeira página, decidiu mudar de estratégia, é espantoso —e é até contagioso— verificar como estes cabeçalhos apostam pela surpresa como fórmula e renunciam ao receio como desculpa. De todas as formas, a verdade é que o fenómeno, que era considerado o mais importante, deteve o seu avanço. Não houve epidemia. Tudo tem as suas vantagens e os seus inconvenientes.

• **Não só de pré-maquetes vive a informação do dia.** Em certa ocasião referi que é uma pena que os jornais reservem os seus 'cañões' visuais para os suplementos e, em todo o caso, para as grandes ocasiões. A meu ver, isso é maltratar os leitores. Não é verdade que a informação do dia deva submeter-se à ditadura das pré-maquetes por exigências do guião (fecho).



17



18



19



20



21



22

El arranque de la sección local Soria, cada día, en páginas 2 y 3, es un ejemplo de frescura y flexibilidad con información fresca [fig. 13]. En Burgos esta frescura la ofrecen con el tema del día cada domingo [fig. 14].

• **Ediciones especiales, o cómo dar valor al producto.** Hablando de *Diario de Burgos*, uno de los 'tesoros' sin premiar de esta edición de los NH6 es su ejemplar del 1 de mayo de 2009 [fig. 15], dedicado íntegramente al Día del Trabajo y a la crisis económica desde todas sus vertientes e impregnando todas sus secciones. Un proyecto maravilloso de coordinación y oportunidad que muestra cómo es posible revalorizar los diarios con buen periodismo. El otro 'tesoro' sin premiar, también de *Diario de Burgos*, tiene fecha de 9 de octubre de 2008 y el motivo la apertura de una gran exposición sobre Andy Warhol en la ciudad [fig. 16]. *Diario de Burgos* se convirtió al pop para la ocasión e hizo del ejemplar del día un objeto de colección. Este tipo de ejemplares monográficos ligados a la actualidad sigue la estela marcada desde hace muchos años por *Libération*, primero, y otros, más tarde. Hablan, sobre todo, de una redacción atenta y sensible, de un equipo que

quiere pasárselo bien informando, de un medio que vibra y que lucha por ajustar su tono a como viene el día...

• **Siempre nos quedan los suplementos.** Aunque estoy convencido de que el futuro es del cuerpo principal de los diarios, y no de los suplementos, por mucha publicidad que vendan estos, lo cierto es que todavía hoy la gran mayoría de los diarios siguen echando el resto en los especiales. ¿Cuándo se convencerán de que los lectores se merecen esa atención a diario y que tal vez así consigan retenerlos o hacerlos más fieles? En fin. Lo dicho no resta un ápice de calidad a verdaderas joyas encontradas en la cosecha de 2009. Por ejemplo, el titulado 'Zaragoza 1808-1809', de *Heraldo de Aragón* [fig. 17], con diseño de **Pilar Ostalé** e ilustraciones de **Luis Grañena**, que es un prodigio de delicadeza. Me quedo también con las portadas y, en general, con el tratamiento y las ilustraciones de **Pablo García** en los suplementos semanales *Cultura* y *Siglo XXI*, de *La Nueva España* [figs. 18 y 19]; y con los dedicados por *El Diario Vasco* a los centenarios del escultor Jorge Oteiza y de la Real Sociedad [figs. 20 y 21].

Que o perguntem, se é verdade às pessoas (poucas) de *Heraldo de Soria* e *Diario de Burgos*. O arranque da secção local Soria, cada día, em páginas 2 e 3, é um exemplo de frescura e flexibilidade com informação fresca [fig. 13]. Em Burgos esta frescura oferecem-na com o tema do dia cada domingo [fig. 14].

• **Edições especiais, ou como dar valor ao produto.** Falando do *Diario de Burgos*, um dos 'tesouros' sem premiar desta edição dos NH6 é o seu exemplar do dia 1 de Maio de 2009 [fig. 15], dedicado exclusivamente ao Dia do Trabalhador e à crise económica de todas as suas vertentes e impregnando todas as suas secções. Um projecto maravilhoso de coordenação e oportunidade que mostra como é possível revalorizar os jornais com bom jornalismo. O outro 'tesouro' sem premiar, também do *Diario de Burgos*, tem a data de 9 de Outubro de 2008 e o motivo a abertura de uma grande exposição sobre Andy Warhol na cidade [fig. 16]. *Diario de Burgos* converteu-se no pop para a altura e fez do exemplar do dia um objecto de colecção. Este tipo de exemplares monográficos ligados à actualidade segue o rasto marcado há muitos anos por *Libération*, primeiro, e

outros, mais tarde. Falam, sobretudo, de uma redacção atenta e sensível, de uma equipa que quer aproveitar bem informando, de um meio que vibra e que luta por ajustar o seu tom em como se apresenta o dia...

• **Siempre nos restam los suplementos.** Ainda que eu esteja convencido de que o futuro é do corpo principal dos diários, e não dos suplementos, por muita publicidade que vendam estes, a verdade é que ainda hoje a grande maioria dos jornais continuam a apresentar o resto nos especiais. Quando é que se convencerão de que os leitores merecem essa atenção diariamente e que talvez desta forma consigam conservá-los ou fazê-los mais fieis? Enfim. No referido anteriormente não existe um ápice de qualidade em verdadeiras jóias encontradas na colheita de 2009. Por exemplo, a manchete 'Zaragoza 1808-1809', de *Heraldo de Aragón* [fig. 17], com desenho de **Pilar Ostalé** e ilustrações de **Luis Grañena**, que é um prodigio de delicadeza. Fico também com as primeiras páginas e, em geral, com o tratamento e as ilustrações de **Pablo García** nos suplementos semanais *Cultura* e *Século XXI*, da Nova Espanha [figs. 18 e 19]; e com os dedicados pelo *El Diario Vasco* aos



23



24



25



26

• **El nuevo Xornal de Galicia.** De entre los proyectos de 2009, creo que uno de los más interesantes vuelve a llegar de Galicia. El año pasado era el rediseño de *El Progreso* en Lugo; este año es un diario nuevo: *Xornal de Galicia*, con la firma de **Miguel Llargués**. *Xornal de Galicia* es a mi juicio un diario tipográficamente diferente. Su apuesta puede ser discutida, pero es valiente y muy personal. Sólo ese hecho, como ya sucediera con *El Progreso* y su uso de la Fedra de **Peter Bilak**, le confiere valor. No sólo en eso *Xornal de Galicia* es un diario que ha llamado la atención: también por su manual de estilo de infografía (con la asesoría de **Sandra Villar**) y por el conjunto de suplementos semanales, de una riqueza impropia en estos tiempos. Más que Contexto (análisis y reportajes) y Estrategias (economía), los que sobresalen son Exit (en concreto, sus portadas y contraportadas desplegadas) [fig. 22] y, sobre todo, el cultural Nos, donde incluso caben páginas generosas de creación poética y fotográfica que remiten a otra época [fig. 23].

• **¿Tiene futuro un diario como i?** Quería dejar para el final un apunte brevísimo sobre el diario que más comentarios suscitó en el jurado de

los ÑH6: el lisboeta *i*, nacido en mayo. Aunque está mal que lo diga yo por haber participado en la gestación y desarrollo del proyecto, creo honestamente que la propuesta periodística de *i* es lo más novedoso que ha registrado el panorama de medios impresos en Europa en los últimos años. Pleno de convicción periodística y con la vocación de crear nuevos lectores, *i* irrumpió en el mercado para ser diferente. El equipo de *i* y su grupo editor son conscientes de los riesgos que esa decisión implica, sobre todo en medio de una fortísima crisis económica y del sector, pero están dispuestos a resistir. Tiempo habrá para evaluar con más perspectiva su impacto y su aceptación, pero tras cinco meses de andadura es de justicia reconocer lo novedoso de su modelo periodístico (lo esencial, al principio en Radar; lo importante, los grandes temas, en el centro en Zoom; las tendencias, al final en Mais) y su radical apuesta gráfica desde la sobriedad de la Helvetica y de la Plantin. Ambos, contenidos y presentación, acercan definitivamente a *i* al mundo de la revistas sin serlo y abren la puerta quizá a un nuevo tipo de diario minoritario, pero imprescindible [figs. 24 y 25]. ●

centenários do escultor Jorge Oteiza e da Real Sociedade [figs. 20 e 21].

• **O novo Xornal de Galicia.** Dentro dos projectos de 2009, acho que um dos mais interessantes volta a chegar da Galiza. No ano passado era o redesenho de *El Progreso* em Lugo; este ano é um diário novo: *Xornal de Galicia*, com a assinatura de **Miguel Llargués**. *Xornal de Galicia* é a meu ver um diário tipograficamente diferente. A sua aposta pode ser discutida, mas é corajosa e muito pessoal. Só esse facto, como já sucedeu com *El Progreso* e o seu uso da Fedra de **Peter Bilak**, confere-lhe valor. Não só neste *Xornal de Galicia* é um diário que chamou a atenção: também pelo seu manual de estilo de infografia (com a assessoria de **Sandra Villar**) e pelo conjunto de suplementos semanais, de uma riqueza imprópria nestes tempos. Mais que Contexto (análise e reportagens) e estratégias (economia), os que sobressaem são Exit (em concreto, as suas primeiras páginas e contra-primeiras páginas desdobradas) [fig. 22] e, sobretudo, o cultural Nos, onde inclusive existem páginas generosas de criação poética e fotográfica que remetem a outra época [fig. 23].

• **Tem futuro um diário como i?** Quería deixar para o final um apontamento sobre o diário que mais comentários suscitou no júri dos ÑH6: o lisboeta *i*, nascido em Maio. Embora não esteje bem que o diga eu por ter participado na gestação e desenvolvimento do projecto, acho honestamente que a proposta jornalística de *i* é a mais inovadora que registou o panorama dos meios na Europa nos últimos anos. Pleno de convicção jornalística e com a vocação de criar novos leitores, *i* surgiu no mercado para ser diferente. A equipa de *i* e o seu grupo editorial são conscientes dos riscos que essa decisão implica, sobretudo no meio de uma fortíssima crise económica e do sector, mas estão dispostos a resistir. Tempo haverá para avaliar com mais perspectiva o seu impacto e a sua aceitação, mas depois de cinco meses de existência é justo reconhecer o inovador que é o seu modelo jornalístico (o essencial, em Radar; o importante, os grandes temas, em Zoom; as tendências, em Mais) e a sua radical aposta gráfica desde a sobriedade da Helvetica e da Plantin. Ambos, conteúdos e apresentação, aproximam definitivamente *i* do mundo das revistas sem sê-lo e abrem a porta talvez a um novo tipo de diário minoritário, mas imprescindível [figs. 24 e 25]. ●