

UNA NOVA EXPERIÈNCIA PERIODÍSTICA

¡Ha sortit «El Sol»!

Amb un simple ordinador personal, un petit grup de gent de Gràcia, a Barcelona, fabrica un periòdic atrevit i àgil. Potser el principi d'un nou diari

C. Ruiz



DOMÈNEC UMBERT

Surt de les rotatives, per a arribar directament als lectors, que el compren al mig del carrer.

A Gràcia, un dels barris amb més personalitat de Barcelona, mitja dotzena de persones s'han entestat a crear el primer periòdic electrònic que es fa amb un ordinador personal. *El Sol de Gràcia* es redacta en una habitació de dotze metres quadrats i es distribueix des d'un bar.

Però *El Sol* no vol abastar només el barri i, de fet, es distribueix per tota la ciutat i per algunes platges del litoral. «Tenim el projecte d'obrir un *Sol* a Madrid i un altre a València, perquè fem una premsa popular, barata i competitiva. Crec que s'ha de trencar, d'una vegada per totes, amb els monopolis.»

Són paraules de Juan Antonio Hervada, creador i director d'*El Sol de Gràcia*.

Un dels aspectes que més criden l'atenció d'aquesta empresa és el sistema que ha triat per a la venda del periòdic. Cada dia, de bon matí, surten de Gràcia una vintena de persones vestides amb samarretes negres i portant-ne un feix d'exemplars sota el braç.

Feia molt de temps que en el paisatge urbà no se sentien els crits dels venedors. La prohibició de la venda directa de diaris fou una mesura política de l'anterior règim. Per a Hervada, «el franquisme es va plan-



DOMÈNEC UMBERT

tejar el control de la informació a dos nivells: uniformant els periodistes i prohibint la venda al carrer mitjançant la imposició del sistema de quiosc per concessió. La distribució a l'Estat espanyol és una herència de la societat corporativa feixista. La venda ambulants ens permet de vorejar els distribuïdors, senyors que defensen la lliure empresa... llavors, els donem una cullerada de lliure empresa». *El Sol de Gràcia* es defineix com una publicació sense pares ni

padrins, però, això sí, amb un parent americà.

Per trobar un antecedent directe del que és i del que vol ser *El Sol de Gràcia* hem de viatjar al nou continent i remuntar-nos vint anys enrere. El *Village Voice* sorgeix als anys seixanta en una de les zones de producció cultural alternativa de Nova York. Va començar sent un diari de barri i a hores d'ara té un tiratge de cinc-cents mil exemplars.

De moment, amb una curta vida d'un mes, *El Sol* ha tret dos números. Del primer es van imprimir quinze mil exemplars, i del segon —en dues edicions—, trenta-cinc mil. Hervada somriu davant d'aquestes xifres. «És que el nostre periòdic té la vocació de convertir-se en diari. Ara mateix ja venem més que certs diaris de Barcelona.»

Dels Estats Units, Hervada també va dur l'afició per la informàtica. «Allí vaig veure un ordinador capaç de dissenyar i de realitzar un diari. L'únic problema és que valia uns trenta milions de pessetes. Hi vaig tornar amb la idea de fer el mateix, però amb un ordinador personal. Els tècnics de l'empresa em van dir de seguida que era matemàticament impossible i un dia, per atzar, vàrem trobar-li el truc.» Segons Hervada, aquest truc consisteix a aconseguir un sistema d'utilització òptima de la memòria que faci possible un processament més lent de la informació, amb la qual cosa es pot processar més quantitat de dades.

El contingut d'*El Sol de Gràcia* es pot definir com popular. Aquesta oferta és consumida per lectors que tenen entre vint i quaranta anys, segons les converses mantingudes amb els venedors. «El periòdic s'adreça a la gent que va néixer al franquisme i que arriba a la maduresa amb el postfranquisme. És gent que es vol treure de sobre tanta repressió», afirma Hervada, que també comenta que no està d'acord amb la definició d'*El Sol* com a publicació sensacionalista. «En tot cas, es pot dir que és impresionista», hi afegeix. I tant. □