

«Ara»: la mort sobtada

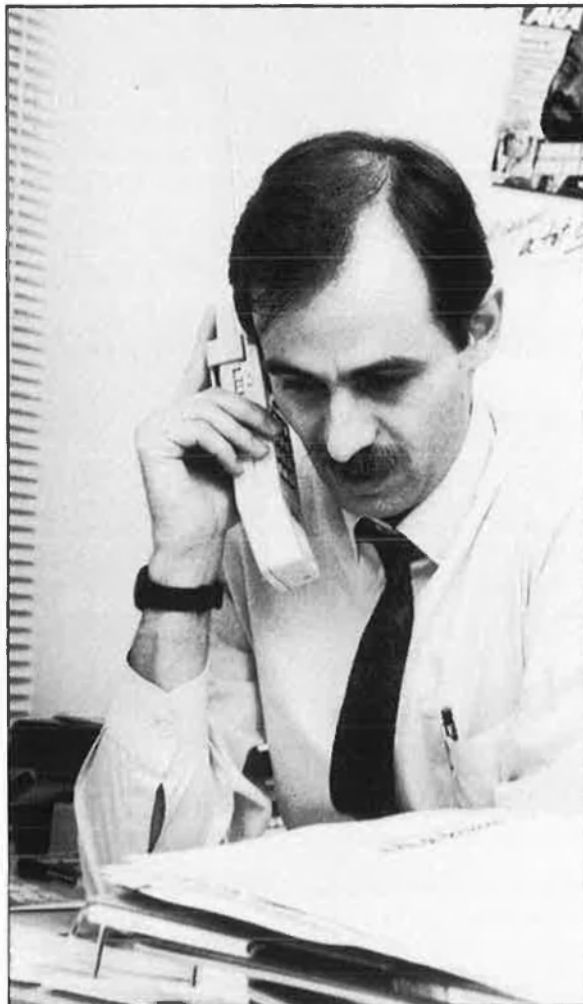
Nascuda amb afany de canviar tendències, de convertir-se en la revista més llegida en català i envoltada d'un gran llançament publicitari, «Ara» ha estat un intent de curta durada. Per al seu director, Carles Flo, tota la culpa és dels empresaris.

Carles Singla

L'aventura de la primera revista de ràdio i tv catalanes s'ha acabat en tan sols dos mesos. Només vuit setmanes al quiosc. *Ara* va néixer el passat disset de febrer i el darrer número duia data de la primera setmana d'abril. La seva aparició, que va coincidir amb la d'altres revistes del mateix gènere, editades en castellà a un preu inferior, potser no es va donar en el millor moment perquè el producte tingués èxit.

Però al cap de vuit setmanes, i segons fonts de la distribuïdora, les vendes s'acostaven als disset mil exemplars, una xifra que ja voldrien moltes altres revistes catalanes. A més a més, el fet que tan sols dues persones formessin la plantilla semblava garantir que, en el pitjor dels casos, les pèrdues no podien ser escandaloses. Tot i així, inesperadament i quan ja estaven encarregats els articles per al número de Setmana Santa, *Ara* va deixar de sortir a la venda.

Per al fins ara director, Carles Flo, la causa de la brevetat de la vida de la revista ha estat la irresponsabilitat dels seus empresaris. «No es pot tenir una revista com es té una amistançada, i pensar que així et rebrà en Pujol i en Maragall. I menys que s'aconseguirà tenir poder o fer vendre la pròpia agència de publicitat o la pròpia editorial per sobre de totes les altres». Segons Flo, hi va haver una despreocupació total envers la revista per part dels empresaris, fins al punt que ell mateix va haver de preocupar-se personalment d'aconseguir publicitat «a través d'amics meus de les institucions... Si



Carles Flo: «un dèficit difícil d'explicar».

els empresaris s'haguessin dedicat a portar la revista en lloc de lluir de tenir-la, segurament no estaríem com ara».

Els ingressos publicitaris d'*Ara* depenien d'una agència que en tenia l'exclusiva, un sistema que no sol donar ingressos substancials fins que les vendes s'han afiançat. «Abans de la sortida del primer número —explica el seu ex-director—, ni tan sols hi havia una contractació en ferm que permetés de garantir la publicitat almenys durant les primeres setmanes».

Els empresaris: Agut, editor de *Barcanova*, i Balcells, principal accionista de la publicitària Counterfort,

asseguren que les pèrdues de la revista han arribat als quinze milions i que la situació es feia insostenible per a ells. Carles Flo afirma que qui va fer aquests comptes «no tenia piles a la calculadora o no tenia piles al cervell». Resulta difícil d'explicar, segons Carles Flo, que amb només dues persones en plantilla, i amb la xifra de vendes que s'havia assolit, el dèficit hagi pogut arribar tan amunt.

Els mateixos empresaris, una vegada declarada obertament la crisi de la revista, van intentar la seva venda a TV3 o a la Diputació de Barcelona, institució que té encomanat a l'agència Counterfort el seu principal compte publicitari. Els contactes no van prosperar i es van decidir pel tancament. «Amb tot això s'ha demostrat, una vegada més, que per ser empresari de premsa cal ser un empresari com Déu mana. A ells —diu Carles Flo, referint-se a Agut i Balcells— els feia molta il·lusió conèixer el senyor Pujol, el senyor Maragall, el senyor Prenafeta, i, una vegada han aconseguit això, ja han pogut plegar el negoci».

Els col·laboradors de la revista, entre els quals hi havia noms prestigiosos dels mitjans de comunicació catalans com Josep Maria Espinàs, Salvador Alsies o Albert Jané, han cobrat les col·laboracions del mes de febrer i s'espera que cobraran sense problemes les corresponents a març. Pel que fa a l'abril, però, els articles que s'havien demanat d'avançament per al número de Setmana Santa, no s'han arribat a publicar i hi ha encara el dubte sobre si l'empresa s'avindrà a pagar-los. Tot i així, els col·laboradors confien en la paraula donada pels empresaris en la constitució formal de la revista, quan van afirmar que, si arribés el cas, abans de tancar farien efectius tots els pagaments.

«Ens han enredat als professionals i han jugat amb el nostre prestigi, una gent que abans tenien amiguetes i ara tenen revistes», comenta finalment Carles Flo. El cert és que, ara com ara, les mestresses de casa es quedaran sense poder seguir cada setmana les xafareries de la televisió a través de l'única revista del gènere que hi havia en català. I el seu director, que fins primers d'any era sots-director de l'*Avui*, ja s'ha incorporat al projecte d'un nou diari. Es dirà *El dia de Catalunya*, el dirigirà Juan José González amb Carles Flo com a director adjunt, i l'empresa està vinculada a la de l'esportiu *Sport*. Això sí, aquesta vegada serà en castellà. □