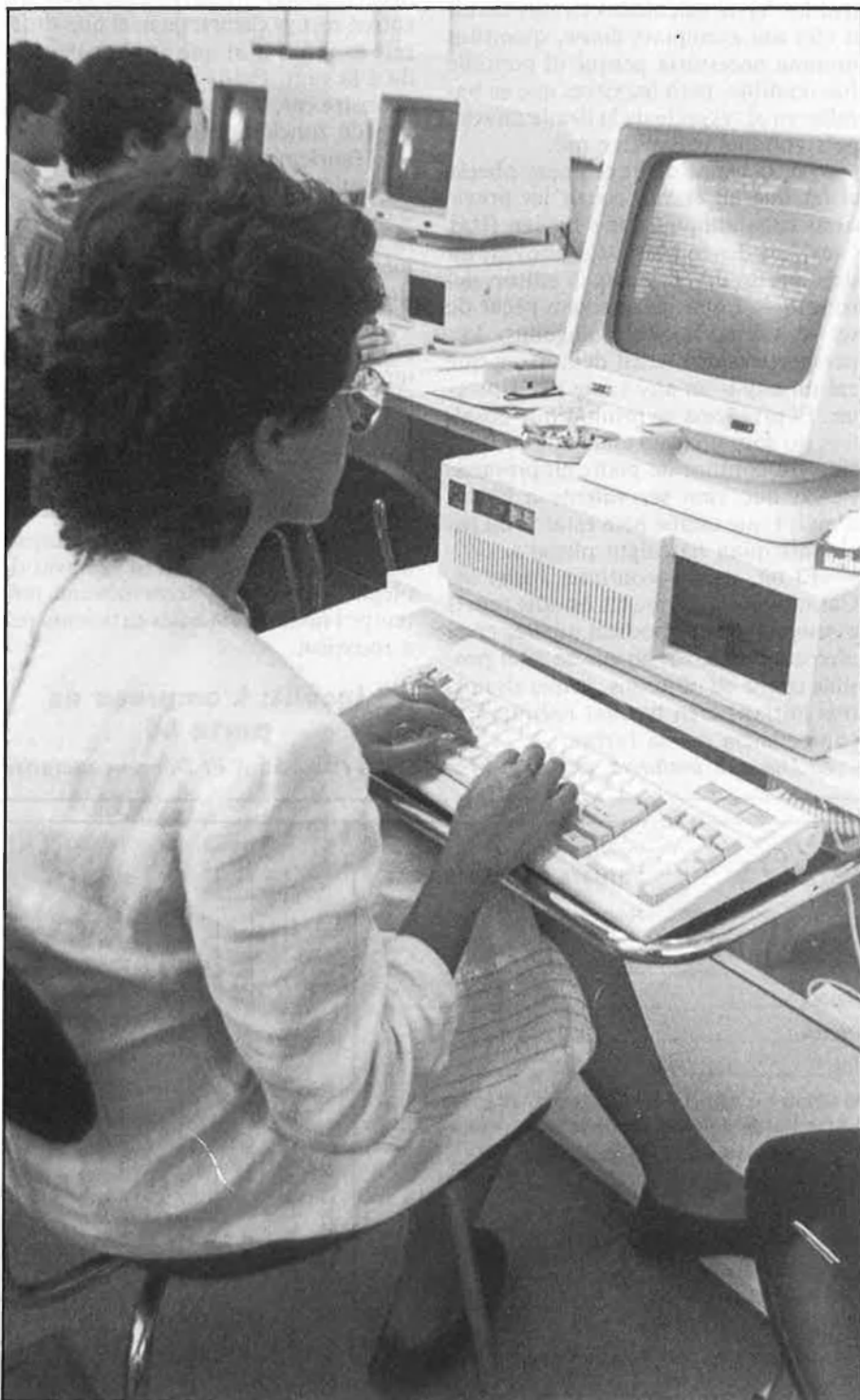


DESAPAREIX EL DIARI SENSACIONALISTA DE BARCELONA

El crepuscle d'«El Día»

De forma sobtada, la setmana anterior, «El Día de Catalunya» no va eixir a la cita amb els seus lectors. El tancament, ara com ara, sembla definitiu, malgrat que el diari estava en una etapa de consolidació.



Eduard Company

El mes d'octubre de l'any passat, en concret el dia 6, els quioscos de Catalunya presentaven en els seus aparadors una nova publicació que, per la seva línia, va sorprendre a més d'u: gran format, titulars enèrgics i contundents, i portada a tot color. Es tractava d'*El Día de Catalunya*, un diari popular, dels anomenats vulgarment sensacionalistes, que iniciava la seva peculiar singladura en el mercat periòdic català.

El projecte d'*El Día* va ser contemplat amb escepticisme pels professionals del sector, que expressaren la seva desconfiança respecte a les possibilitats que el nou periòdic sorgit fos capaç de sobreviure dins d'un mercat en equilibri, amb una oferta que s'anallitzava com a sensiblement superior a la demanda. Carles Flo, director adjunt del rotatiu, va argumentar que l'interès de l'empresa iniciada es centrava en la pretensió «d'anar a buscar el lector que no té en aquest moment una premsa que el distregui o que li complementi les notícies que veu per televisió o que escolta per la ràdio. La nostra idea és anar a buscar lectors on no n'hi ha, gent que havia llegit i que ara no llegeix». I *El Día* va eixir als quioscos. S'encetava una aventura.

Ara fa just una setmana, al cap de cent tretze jornades d'exposar-se als aparadors dels quioscos, de ser llegit per milers de persones cada dia, l'ementat rotatiu va deixar d'aparèixer, davant la perplexitat general. La notícia va sorprendre, semblava que el periòdic, malgrat la dificultat que suposava no estar adscrit a cap tendència política —tal com era la intenció dels

«Decepció, més que no fracàs».

seus artífexs— que li oferís un cert suport material, havia aconseguit introduir-se en el mercat periodístic, omplint un buit en la vessant sensacionalista, popular. L'anagrama del rotatiu, gran i de colors mironians, podia observar-se sovint dins del metro matinal, doblegat entre braç i costelles del lector, o bé estès, subjecte de la seva atenció. Començava a fer-se familiar.

«Sabíem que, en certa manera, no assolíem les expectatives que l'empresa esperava —explica un dels redactors d'*El Día*—, però pensàvem fins a l'últim moment que, no obstant això, el diari continuaria. Les vendes, tot i ser inferiors al pla traçat, no anaven malament, i confiàvem de poder mantenir-nos fins afiançar-nos. Personalment, crec que hi ha mercat, i que nosaltres hi podíem tenir cabuda, perquè, en l'actualitat, tota la premsa és de l'anomenada *seriosa*. Només hauria faltat una mica més de temps».

La manera com va plegar el rotatiu barceloní, com s'ha comentat, va ser sobtada. Els mateixos redactors van anar als respectius llocs de treball per a continuar les seves tasques el dia que l'empresa editora va decidir tancar el diari. Va ser aleshores quan se'ls va explicar la situació. Inclús va haver-hi seccions d'*El Día* que van restar incloses, que anunciaven, en el darrer número, informacions per a l'endemà, que no van arribar a publicar-se.

Miquel Rico, redactor en cap d'*El Día de Catalunya*, explica que el tancament, malgrat que va ser d'un dia per l'altre, no els va agafar desprevinguts. «Hi ha coses —diu Rico— que no cal ser massa intel·ligent per a

descobrir-les, no cal que et diguin res. És com si corres amb un cotxe a cent vuitanta per hora, que no és necessari que t'expliquin que tens un risc i que te la pots pegar. Tothom sabia que no funcionaven massa bé les vendes. Ara bé, un altre aspecte és que la idea no tingués vigència».

«No hi havia calés per a resistir»

Respecte a les expectatives de venda, l'empresa editora d'*El Día de Catalunya* les havia calculades en uns divuit o vint mil exemplars diaris, quantitat mínima necessària perquè el periòdic fos rendible, però les xifres que es barraven al respecte de la tirada anaven pels voltants dels tretze mil.

«Bé, la causa del tancament obeeix al fet que no es van cobrir les previsions econòmiques que s'havien fixat —explica Josep Maria Casanovas, un dels pares del projecte i editor del rotatiu—. Potser és que vam pecar de ser massa optimistes o ingenus. Les perspectives de mercat demostren que cal un any o un any i mig per a arrelar. El problema va resultar que nosaltres no som un grup empresarial fort, sinó un conjunt de petits empresaris. Penso que vam ser valents a l'hora d'eixir i que també hem estat prou asenyats quan ha calgut plegar».

«El fet, però —continua Josep M. Casanovas—, és que els estudis previs assenyalaven que podíem quallar en el mercat. Tot i això, no ens ha estat possible cobrir els objectius, ja que els nostres mitjans eren bastant reduïts, i la competència massa forta».

El Día de Catalunya, però, després

d'uns inicis vacil·lants, a mesura que les setmanes anaven transcorrent, va anar adquirint un nombre fidel de lectors i, en el moment del tancament, el periòdic es trobava en una etapa dolça, en uns moments de *crecendo*. Juan José González, director del diari, comenta que «just ha arribat l'ordre de plegar en l'instant que les coses ens anaven millor; millor quant al coneixement de la gent respecte al nostre producte, i millor quant a la qualitat del diari, del contingut. Habitualment, quan un negoci falla, és quan cada dia entren menys clients, quan el que s'ofereix és inferior al que es té acostumada a la gent. Però, aquest no ha estat el nostre cas, sinó tot el contrari: cada vegada funcionàvem més bé».

«Hauríem pogut suportar la situació —continua Juan José González— un o dos mesos més, però no era aquesta la qüestió. Ens calien un o dos anys més, si l'empresa hagués pogut resistir en l'aspecte econòmic, però no ha estat possible. I és que, en el camp del periodisme, resulta molt difícil sostenir-se amb els propis mitjans. Hi ha altres diaris que, en rebre un cert ajut institucional, poden passar amb tranquil·litat l'etapa crítica de l'afiançament; això marca la diferència entre la iniciativa privada i la iniciativa estatal».

Miquel Rico corrobora l'argument del seu director: «Mira, es va haver de plegar per ofec. Necessitàvem més temps i no hi havia calés suficients per a resistir».

Insòlit: L'empresa es porta bé

La redacció d'*El Día de Catalunya*



Subscriu-te
per telèfon
357 28 56

Apartat de correus 11007
46080 València

BUTLLETA DE SUBSCRIPCIÓ

Núm. _____

Nom i cognoms _____

Adreça _____

Població _____ C. P. _____

Tel. _____ Edat _____ Prof. _____

Se subscriu a la revista C A M A C U C, a partir del semestre i per un total de 10 números, més dos enviaments especials.

Subscripció normal: 1.750 pessetes

Subscripció d'ajut: 2.250 pessetes

Aquest import el faré efectiu:

Per taló nominal adjunt.

Per gir postal n.º _____

Per domiciliació bancària.

Contra reembossament del primer exemplar de la subscripció

DOMICILIACIÓ BANCÀRIA

Sr. Director del Banc/Caixa _____

Agència _____ Adreça _____

Població _____ N.º cte./llibr. _____

Títular _____

Adreça del titular _____

Se signa amb agríer que, amb càrrec al meu compte/llibreta, atenció als rebuts que els presentarà J. J. S. L., per al pagament de la subscripció a la revista inianiti CAMACUC.

Signatura del titular,



DOMÈNEC UMBERT

presenta actualment un aspecte estrany. La maquinària i les taules no reflecteixen l'ambient de moviment i de treball de setmanes enrere. Hi impera la quietud i, subjacent, un clima gràvid de decepció. Malgrat això, els redactors i els caps que s'hi estan, continuen amb el mateix tracte cordial de tothora.

«L'ambient, ací, sempre ha estat fabulós —comenta un dels redactors—. Hi predomina la gent jove, persones desenfadades, hem tingut confiança amb els nostres caps, molt bé».

Al respecte, Juan José González explica que «independentment del resultat, estic satisfet de com ha funcionat tot. Tinc present que la majoria de redactors acabaven de deixar la facultat, per a molts era la seva primera feina. I és difícil trobar una redacció tan sana i maca; fins i tot en els moments més difícils, els del tancament, la gent ha romàs unida, i això és molt inusual».

Al fet de la cordialitat entre els membres de la redacció, és molt probable que hi hagi ajudat el bon comportament de l'empresa amb els treballadors. Bon comportament que s'ha reflectit en l'aspecte econòmic; en la redacció d'*El Día* tothom ha cobrat religiosament el seu sou, ningú no ha fet el mínim retret per aquesta qüestió.

«Estem satisfets —explica Miquel Rico—. L'empresa s'ha portat bé, tothom ha estat pagat. S'ha pagat el Nadal i la Bíblia en vers. I no és normal que una empresa, en una situació semblant, es comporti com ho ha fet la nostra; sempre, el que acostuma a passar, és que es diu: fins ací hem arribat i que campí qui pugui. Estem satisfets, sí».



DOMÈNEC UMBERT

Dalt, Carles Flo i Juan Jose Gonzalez. Baix, redacció del Diari.

Segons Juan José González, «l'experiència demostra que s'acostuma a deixar els professionals sense cobrar, però en honor a l'empresa cal remarcar que tothom ha percebut fins l'últim cèntim, inclosos els col·laboradors. Això no acostuma a donar-se i és, per tant, una actitud exemplar per part d'uns certs empresaris».

«Abans —diu Josep M. Casanovas— es tancava la porta, tothom marxava, i salví's qui pugui. Nosaltres, el que hem fet ha sigut tractar els treballadors com a persones, els hem parlat amb claredat. Penso que hem estat sincers, realistes i freds. Ells han invertit en el projecte el millor de si mateixos. Sí, i nosaltres els diners. ¿Les pèrdues? Ara no les puc quantificar, però han estat considerables».

Malgrat el que podria suposar-se, tots els que han estat relacionats amb el projecte d'*El Día*, no han considerat mai la paraula fracàs. En l'opinió de Miquel Rico, «tot déu, ací, va pensar molt, i per això, qui més i qui menys, ha rebut ofertes de treball inclús un dia després de tancar-se el diari; no pot parlar-se doncs de fracàs, ja que es demostra, d'aquesta forma, que la seva feina ha estat valorada».

«No, res de fracàs —diu Josep M. Casanovas—. Crec que ha estat una aventura interessantíssima, una experiència que, malgrat el seu risc, ha resultat enriquidora. Només acceptaria haver fracassat si el producte no hagués esdevingut digne, però aquest no ha estat el cas nostre. Hem parlat amb gent del *France Soir* i del *Bild* i hem arribat a la conclusió que *El Día* era un diari original, que tenia una porta-

da atractiva, i que en conjunt posseïa una personalitat pròpia. Potser hi faltava una mica de consistència, aspecte que hauríem agafat amb el temps i, a més, que fent-nos una autocrítica ja sabíem que no ho trobaríem tot perfecte; no haguérem tancat, si no. Jo parlaria de decepció, però no de fracàs».

«¿Del futur? —continua Josep M. Casanovas—. Mira, de moment hi ha tres alternatives: tornar a eixir amb *El Día* d'ací a poc; fer-ne una anàlisi profunda i tornar a treure el diari a més llarg termini, replantejada la seva estructura; i, l'última, vendre la redacció a una empresa interessada a crear una publicació nova. En l'actualitat estem en fase de negociacions, però la decisió pot acordar-se en qualsevol instant».