

L'intent definitiu de la premsa sensacionalista

"Claro", el diari amic

A començament d'abril sortirà al carrer un nou diari sensacionalista. Aquesta vegada, però, la solidesa empresarial que hi ha al darrere augura millors resultats que altres experiències anteriors.

L'empresa editora Silex Media, formada a mitges entre l'alemanya Axel Springer -Bild Zeitung- i l'estatal Prensa Espanola -Abc-, ha apostat fort per un model de diari popular sensacionalista. Han estat dos anys de treball en què la idea original ha anat prenent cos i durant els quals no s'han estalviat esforços per posar en marxa tota la infraestructura necessària que requereix una empresa d'aquest tipus. *Claro* serà, d'aquí unes setmanes, el definitiu intent de fer premsa populista a l'estat espanyol.

UNA ECONOMIA FORTA

Després del fracàs d'altres diaris que seguien aquesta línia, com ara *El Día de Catalunya* o el més recent *Las Noticias*, Silex Media ha invertit tretze mil milions de pessetes en la totalitat del projecte. És per aquesta capacitat econòmica, que l'actual intent no és homològic amb les altres experiències fallides. I no és en va la inversió. Els estudis de mercat demostren que la suma dels tiratges de totes les capçaleres de l'estat no arriba al 30% de la població adulta no analfabeta. Aquest 70% restant és el públic potencial que, segons els mateixos responsables de la publicació, s'intentarà atraure amb el producte: "Sortim per conquistar lectors que ara no llegeixen, i per aquesta raó, no representarà una competència directa amb els periòdics actuals que tenen la seva clientela establerta. Nosaltres som una altra cosa, un concepte distint de periodisme, un diari pla, el diari de la gent, del carrer, el diari amic".

Per aconseguir-ho, les despeses del llançament arribaran a uns tres mil milions de pessetes i inclouen, entre altres, un anunci televisiu gravat al Palau Sant Jordi amb 3.400 extres i més de cent ac-

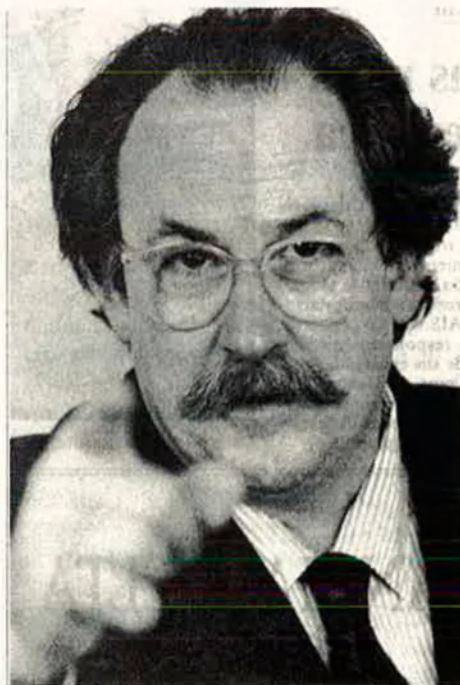
tors. De tota manera, per si de cas i mentre el diari no es consolida, el pulmó financer que l'empresa editora pot sufragar, assegura la presència de *Claro* durant, almenys, cinc anys.

UN EQUIP JOVE

Per assumir la direcció del diari, els editors han escollit Ferran Monegal, un barceloní de 43 anys, que, just abans de l'actual feina, era redactor en cap de *La Gaceta*. El periodista català ha passat l'últim any a Alemanya amb el grup Springer estudiant la forma de fer del periodisme sensacionalista en aquell país, que difereix molt "del periòdic dur i escabros, de successos de sang dels rotatius anglesos".

Els periodistes alemanys aporten tota l'experiència que cal per dur a bon terme el propòsit. En aquest sentit, és important remarcar que *Bild* a Alemanya ven al voltant de cinc milions d'exemplars, i l'empresa editora és una de les més importants d'Europa. Tanmateix, aquesta experiència contrasta amb la joventut dels redactors contractats. Una de les causes d'aquest fet (la mitjana d'edat és d'uns trenta anys) és l'impediment d'agafar professionals del diari *Abc* que Axel Springer ha imposat com a condició per a la col·laboració en el projecte. Per aquest motiu, el major desembarcament de comunicadors prové dels rotatius *El Sol* i *Marca*. Ferran Monegal diu al respecte que "no he rebut cap indicació per a la contractació de redactors. No hem incorporat a ningú d'*Abc* -afirma- perquè no farem aquest diari ni cap altra premsa del mercat".

El nombre de redactors fixos amb què comptarà el rotatiu és d'uns cent cinquanta, però l'empresa editora es munta una àmplia xarxa de col·laboradors que aportaran una bona quantitat d'informacions.



Ferran Monegal, director de *Claro*.

ARXIU

CINC REDACCIONS I QUATRE EDICIONS

Els periodistes que treballen a *Claro* es reparteixen en cinc redaccions a les ciutats de Madrid, Sevilla, Bilbao, Barcelona (amb José Luis Alejandro com a cap de redacció) i València. Igualment, s'han instal·lat tres centres d'impressió i distribució a Cerdanyola, Sevilla i Alcalá de Henares, que cobriran les àrees del Principat de Catalunya, d'Andalusia i de la Comunitat Autònoma de Madrid, respectivament. Això és així perquè el periòdic sortirà inicialment amb quatre edicions diàries, una per a tot l'estat i les altres tres per a les zones ja esmentades. Aquesta localització ha d'afavorir, segons el director, "una millor penetració de la nostra publicació". Amb la intenció d'aconseguir un rodatge abans de la sortida al carrer, ja fa uns mesos que els redactors del

periòdic editen números zero de prova per assajar fórmules el més perfeccionades possible.

El primer objectiu de *Claro* és superar, en un espai de temps no massa llarg, els 400.000 exemplars, tenint en compte que el tiratge diari serà de 600.000. No obstant això, Ferran Monegal adverteix que "quan algú decideix invertir tretze mil milions de pessetes d'entrada, més un ajut de cinc anys de vida (és a dir, que anem a una xifra de, com a mínim, el doble) per assentar el diari, no es preocupa de la im-

successos, els serveis, els esports, la televisió i la societat seran els temes més tractats.

Evidentment, però, l'element més important del rotatiu serà la portada, on es presentaran els grans esdeveniments del dia. El director parla d'aquesta plana com de "l'aparador, allò que volem vendre, el primer que veu el lector. Per això la farem amb gran respecte, sense cap intenció de manipular-la, dins d'unes formes correctíssimes, d'un periodisme seriós". Alhora, la tipografia i la maquetació en

xada. No interpretarem, no farem dirigitme. Les nostres portades no estaran pensades per a certs despatxos, per a certs grups d'opinió o determinats dirigents de la societat civil del país. En aquest aspecte, nosaltres no som grocs, sinó que som sensacionalistes, extremadament sensacionalistes. ¿I això què vol dir? Doncs que els nostres titulars generen sensacions, que fan vibrar la gent".

El periodista barceloní fa, paral·lelament, una defensa del periodisme popular a l'estil del que *Claro* tot just començarà



OBSERVADOR

mediatesa als quinze dies de sortida".

Els editors confien que la innovació del producte que trauen al mercat aconseguirà l'efecte esperat. Malgrat la falta de tradició del periodisme sensacionalista, "el treball seriós, la pura i simple informació sempre pensada en allò que interessa a aquesta immensa majoria que no compra premsa a l'estat espanyol —diu Monegal—, és el secret que ens farà guanyar el crèdit de milers de lectors. En el nostre diari no hi ha columnes d'opinió, no hi ha editorial, tan sols informació".

UNA ESTRUCTURA INNOVADORA

Claro no tindrà gaires pàgines —de 16 a 24—, de les quals algunes seran en quadricromia, altres bicolors i la resta en negre. D'altra banda, la seva estructura també trencarà els cànons habituals ja que no estarà dividit en seccions, tot i que els

general, estaran subordinades a la notícia, i serà el grau de rellevància que tingui el text o la fotografia allò que marqui els paràmetres adequats en què s'ha de publicar. "Serà una maquetació calenta —segons Monegal— en el sentit que la confecció estarà al servei de les notícies i dels titulars i no a la inversa".

I UNES NOTÍCIES PUNYENTS

Quant al contingut de la informació, Ferran Monegal afirma que serà "breu, clar i concís", i queda exclosa tot tipus d'opinió. El director de *Claro* refusa de pla el terme *groc* per al diari del qual n'és responsable. A l'hora de definir les pautes generals de la publicació, el periodista català diu que "nosaltres no farem un periodisme groc, perquè per a això ja hi ha altres que el fan, al nostre país i fora d'ell. No farem informació periodística esbiai-

a practicar. Monegal argumenta que "a partir de l'any 75, el periodista ha hagut de fer un paper que no era el seu, però que era bo que el jugués en un moment determinat. Però crec que ja hem passat el període de la transició i hem de normalitzar-nos amb la resta d'Europa pel que fa a les diferents formes de fer periodisme".

TOT PER A TRIOMFAR

Pel volts del dia 8 d'abril, un nou diari sensacionalista omplirà els quioscos de lletres de grans dimensions i il·lustracions a tot color. Però segurament, aquesta vegada la consolidació arribarà a temps. El repte és aconseguir els tiratges milionaris d'altres països. Ara per ara, ni els mateixos que, amb molta empena s'hi han embarcat, poden assegurar-ho. El temps ens ho esclarirà.

Joan Morales