



La batalla del quiosc i el cost d'estar informat

Quan EL TEMPS va sortir al carrer el 1984, era fàcil ser escèptic i pronosticar-li una vida curta. Al cap de quinze anys, les dificultats no s'han acabat perquè la competència entre els mitjans ens obliga a definir el nostre paper de manera permanent.

Si fem la llista de les imprudències comeses pels fundadors d'EL TEMPS quan, ara fa quinze anys, van començar a publicar la revista, ens adonarem com és de miraculós que hagi sobreviscut tant de temps i que s'hagi convertit en una realitat quotidiana.

En primer lloc, l'elecció del tipus de publicació va ser francament temerari, tenint en compte que gairebé des d'aleshores els setmanaris

d'informació general van entrar en crisi i van començar a cedir quota de mercat, en benefici d'altres modalitats de premsa. En segon lloc, la data de sortida al carrer, a finals de primavera, quan la calor de l'estiu s'apropa, els costums es relaxen i les notícies descansen, desafiava totes les lleis del quiosc i presagiava una vida curta al nou setmanari, d'acord amb la llarga tradició de setmanaris de vida curta de la premsa catalana.

Tots aquests factors –i algun altre– expliquen que Joan Fuster anunciés l'aportació d'"una pessesta" al capital social d'Edicions del País Valencià, SA el dia que es va constituir la societat a cal notari, com no es cansa de recordar l'editor Eliseu Climent. "Com és això?", va preguntar el notari sorprès a Fuster, qui, per tota resposta, va exclamar: "pel temps que ha de durar...!"

Els quinze anys d'EL TEMPS,

per tant, són ja una dada més per a l'història de la premsa i dels mitjans de comunicació en català en general. Un història globalment positiu, vist en perspectiva: no cal recordar quina era la situació de la llengua fins al 1975, quan va morir Franco. La presència del català en els mitjans de comunicació de masses era inexistent o merament simbòlica. És a dir, parlem d'una llengua que fa 25 anys no existia als quioscos, a la ràdio o a la televisió, i les poques excepcions que hi havia no feien sinó confirmar la norma.

"Quasi" onze diaris. Ara, en canvi, arran de la normalització de la vida democràtica, ja es publiquen "quasi" onze diaris en català (diaris d'informació general); un centenar llarg de revistes especialitzades de tota mena (l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català té 94 membres); hi ha una àmplia programació televisiva i radiofònica en català, amb grans empreses implicades —com la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i, amb matisos, la Radiotelevisió Valenciana— i també un teixit d'empreses més petites de caràcter privat... I la presència del català a Internet, el nou mitjà de comunicació que ha aparegut recentment, no solament està a l'altura de les circumstàncies sinó més amunt de les circumstàncies.

És a dir, fent una anàlisi únicament quantitativa, el balanç és positiu. Però som conscients que comparar la situació actual amb la del franquisme és un parany. La cosa és més complicada i, a més de les xifres, cal tenir en compte quina és actualment la presència real de la premsa en català als quioscos, els continguts, les dades de difusió i els grans desequilibris que hi ha en l'ús social de la llengua a cada territori. Aquest segon nivell d'anàlisi és, certament, més ingrat.

Els setmanaris. Una altra qüestió és la història recent dels setmanaris d'informació general, una història de pèrdua constant de lectors en benefici dels altres mitjans de comunicació, que han ocupat

l'espai natural dels setmanaris i els han furtat el seu paper. Això no ha passat només a l'estat espanyol, sinó a tot Europa, i a Itàlia fins i tot hi van posar un nom: la *settimanizzazione* dels diaris, que publiquen suplementos dominicals en forma de revista i suplementos temàtics setmanals de cultura, música, espectacles, esports, economia... i aprofundeixen en la informació per a defensar-se de les ràdios i la televisió, que els han pres el lloc a l'hora de donar les notícies. Per aquest motiu, a l'estat espanyol en els últims deu anys els setmanaris han patit una retallada de vendes de més del 40%, i es calcula que actualment només se'n venen 10 exemplars per cada 1.000 habitants... entre tots els setmanaris d'informació general presents al quiosc! EL TEMPS, en canvi, no ha notat aquest fenomen

L'anàlisi i la reflexió són béns cada cop més escassos, que puguen de greu a mesura que augmenta l'allau d'informació.

com les altres publicacions en castellà o en altres idiomes, ni de bon tros. Dit d'una altra manera: si el setmanari que tenen a les mans estigués escrit en un altre idioma, potser ja no existiria a hores d'ara.

Afortunadament, no tenim cap por de la normalització a què aspirem. No ens fa por que això acabi arraconant EL TEMPS, per molts motius. Primer, perquè si algun tipus de premsa té mercat avui dia és la premsa especialitzada, i per molt setmanari d'informació general que sigui, EL TEMPS és també una publicació especialitzada: l'única que es planteja tota l'àrea lingüística com a mercat natural, amb totes les mancances i in-

convenients que això comporta, però també amb tots els avantatges. A mesura que avanci la normalització de la llengua, que avança, encara que sigui lentament, aquest factor d'especialització pesarà més.

Almenys mentre sigui tan difícil des del País Valencià obtenir informació regular del que passa a Catalunya o a les Illes Balears, i a la inversa, excepte en el cas dels successos (cas Alcàsser, la pantanada de Tous...) o de les vacances de la Claudia Schiffer o la família reial espanyola a Mallorca. És evident que, en aquests moments, només Internet, i EL TEMPS en el camp de la premsa escrita, garanteixen una connexió informativa permanent entre els Països Catalans, i això ens aporta un mercat que creix i creix de manera lenta però constant.

Informar-se costa. Finalment, un altre motiu de confiança en les possibilitats d'EL TEMPS és l'actual tendència dels mitjans de comunicació en general, que està tornant a deixar lliure un espai per a la premsa de qualitat. d'anàlisi i de reflexió. Precisament, l'espai on els setmanaris es mouen amb més comoditat.

Així, tornem enrere? No. Al contrari, el pes de la televisió continua avançant fins al punt que, en aquests moments, és l'única font d'informació de la majoria de la població. Aquesta realitat contamina els altres mitjans de comunicació i els obliga a adaptar-se a les regles del joc televisiu, basat en la gratuïtat, l'audiència, la immediatesa, la brevetat i les modes. En canvi, l'anàlisi i la reflexió són uns béns cada vegada més escassos i, per tant, més valuosos, que "puguen de greu" a mesura que augmenta l'allau informativa. Fer una "tria" de la informació a mesura dels interessos dels lectors d'EL TEMPS, donar-los les claus per a una interpretació intel·ligent d'allò que els explicaran o ja els han explicat la televisió i la ràdio, vet aquí un nou repte, un més, per als pròxims anys.

Jordi Fortuny