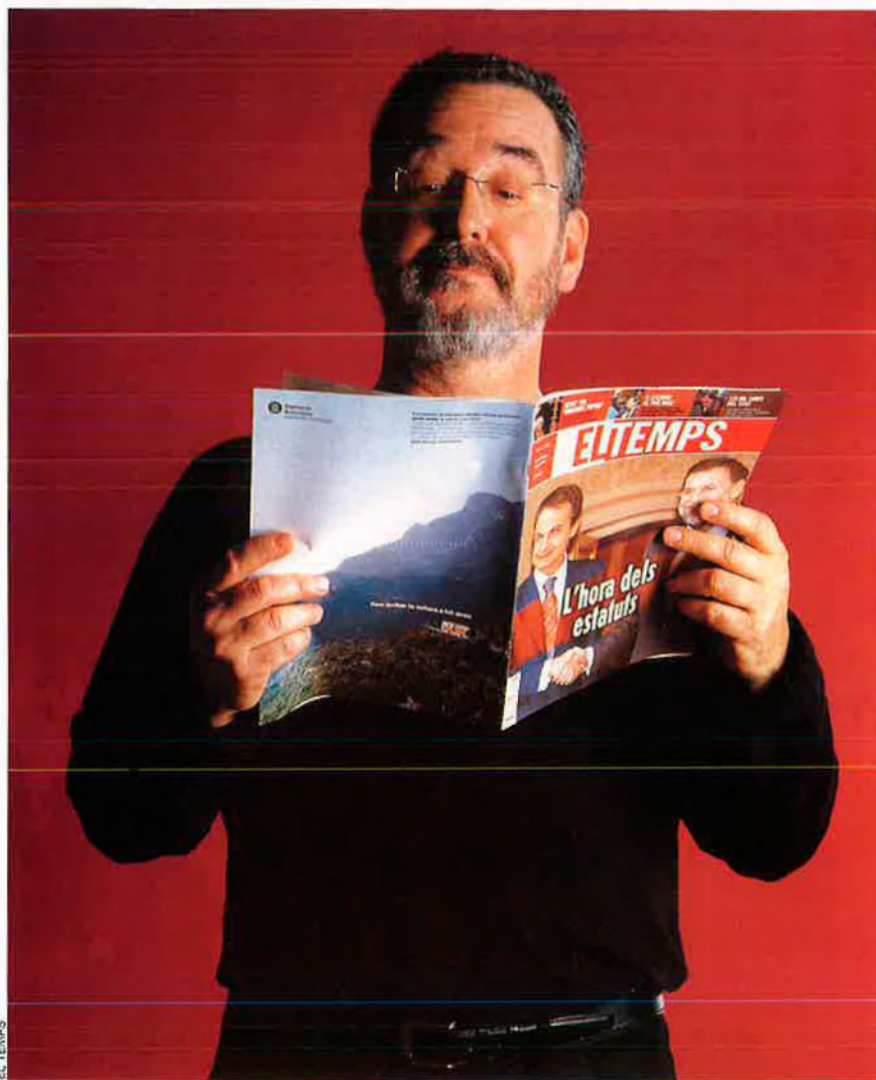


EL TEMPS estrena nou format i campanya publicitària



El dia 16 de maig, coincidint amb la sortida d'aquest número, EL TEMPS ha iniciat una campanya publicitària –premsa, ràdio i televisió– per donar a conèixer els canvis, tant en disseny com en contingut, que ha incorporat. El protagonista de la campanya és l'actor Ferran Rañé.

EL TEMPS llança una nova campanya de publicitat als principals mitjans de comunicació dels Països Catalans, per donar notícia de la remodelació dels continguts i el nou disseny que aquest setmanari va iniciar el passat mes d'abril. La campanya, creada per l'agència Imagina, constarà d'un anunci protagonitzat pel conegut actor Ferran Rañé, que es di-

“Fem l'ullet als lectors, com qui saluda un amic”

Jordi Frias, director creatiu de la campanya (Agència Imagina)

—Quin objectiu cerca aquest anunci?

—Normalment la publicitat pretén vendre un producte comunicant els seus avantatges, les seves característiques. Pot ser que una campanya bus-

qui reposicionar una marca, o potser explicar un producte nou. Però, en el fons, del que es tracta sempre és de vendre.

Aquesta campanya per a EL TEMPS ens recorda l'existència de la revista



fondrà per diversos mitjans d'informació, de televisió, ràdio i per premsa escrita.

Després de 21 anys de publicació, EL TEMPS vol oferir als lectors un nou format que aposta per la diversitat d'estils periodístics i una major síntesi en les informacions. La nova maqueta, que ha estat dissenyada i creada per Vanessa Prieto, maquetista de la publicació, aporta un nou tractament gràfic que complementa i cohesiona la revista.

La remodelació inclou també la incorporació dels continguts dels antics suplementos mensuals de la revista, que passen a engrossir les seccions fixes de Societat —ara, amb temes d'Història—, Ciència i Tecnologia, Medi ambient i Economia, en una revista que amplia el nombre de pàgines de 84 a 100. També s'ha procurat abraçar el màxim de territori possible, i en aquest sentit, la secció de Món ha estat reforçada amb col·laboradors a les principals capitals d'Europa, entre les quals París, Londres, Brussel·les i Roma.

Entre els nous col·laboradors de la revista trobem personalitats representatives de la cultura, la política i la societat catalana, com ara Oriol Bohigas, Vicenç Villatoro, Salvador Cardús, Josep Ramoneda, Joan de Sagarra, Xavier Bru de Sala, Mònica Terribas, Xavier Duran, Ramon Folch, Bernat Sòria, Adolf Tobena, Josep Maria Terricabras, Agustí Colomines, Francesc Marc Álvaro, Josep Fontana, Marta Pessarrodona, Oriol Amat, Baltasar Porcel, a més de les rúbriques clàssiques de Joan Francesc Mira, J. J. Pérez Benlloch, Fabià Estapé, Pilar Rahola o Martí Domínguez, entre molts d'altres.

Redacció

(que no és poc) i la posiciona com a setmanari en català de referència.

—L'anunci opta per una línia amb un cert toc d'humor, per mà de l'actor Ferran Rañé. Falta aquest sentit de l'humor als mitjans d'informació en general?

—Unes gotes d'humor intel·ligent (amb perdó de l'expressió) mai fan mal, ni als mitjans d'informació en general ni enlloc. El que tampoc no m'agrada és caure en l'extrem con-

trari, en aquesta cultura del "hihi-haha", que pot divertir durant una estona però que, en un moment donat, arriba a cansar.

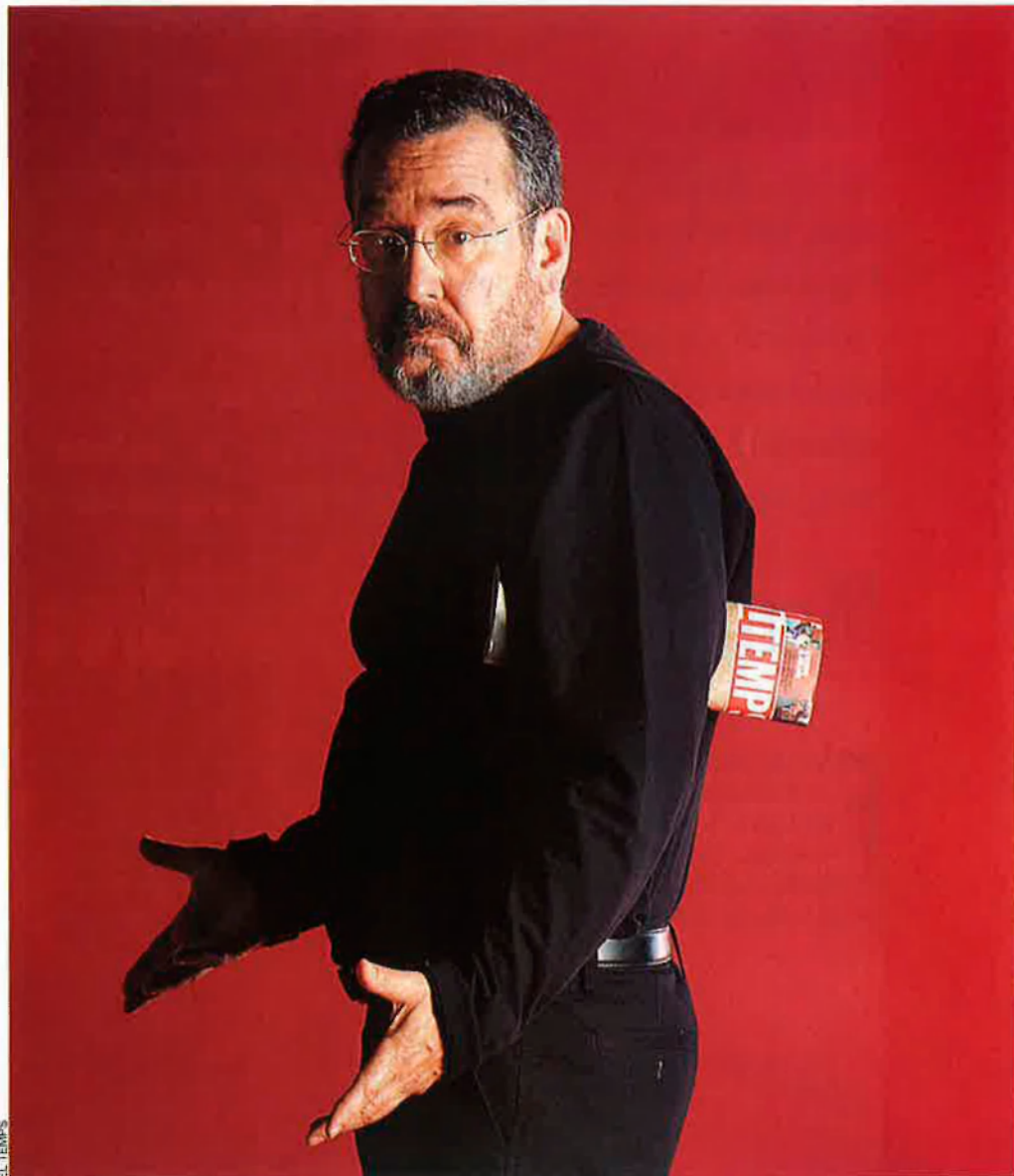
En el cas d'EL TEMPS, crec que l'humor aconsegueix dues coses: primer, fa que l'anunci enganxi i es recordi (el que en publicitat anomenem notorietat). I segon, dóna una imatge de la revista simpàtica i alhora potent, en el sentit que només una marca amb molta personalitat s'atreveix a utilitzar

l'humor quan parla de si mateixa.

—Quin és el públic al qual es dirigeix aquesta campanya?

—Bé, la campanya està enfocada epr dirigir-nos als actuals lectors d'EL TEMPS. Els fem l'ullet com qui saluda un amic ("ei, hola, com va?!").

Però també, sens dubte, ens dirigim als lectors potencials, els diem que, per si no ho sabien, EL TEMPS és la revista de referència d'informació general feta, i pensada, en català.



La campanya constarà d'un anunci protagonitzat per Ferran Rañé, que es difondrà per ràdio, premsa i televisió