



Una dècada, per començar

En deu anys, EL TEMPS no tan sols ha canviat d'imatge, sinó que ha anat, setmana rere setmana, definint un model de periodisme que l'ha inscrit amb nom propi en la història dels mitjans de comunicació dels Països Catalans.

Des que un 28 de maig de 1984 sortí al carrer el primer exemplar d'aquesta publicació, el món ha canviat radicalment. Igualment, EL TEMPS, fidel al compromís que va adquirir amb els seus lectors, ha fet perquè el producte que setmanalment es distribueix pels quioscos evolucionés d'una forma constant. Evolució que no s'ha limitat, és clar, als canvis de disseny o a la introducció del color, sinó que ha comprès aspectes tan importants com la informatització de les redaccions o la col·laboració amb els millors setmanaris: *Der Spiegel*, *The Economist*, *Newsweek*, *L'Express*, etc. En aquest sentit, la transformació del nostre mitjà al llarg dels anys ha anat canalitzada a través de dos eixos principals: de l'una banda, l'adaptació estètica de la revista, per facilitar i alegrar la lectura dels reportatges; i de l'altra, la definició progressiva d'un model propi de periodisme.

Lluny queden ja els números en blanc i negre i les maquetes antigues. El primer gran canvi que experimenta la maquetació d'EL TEMPS s'escau a finals del 1989. Aleshores, el dissenyador Enric Satué és l'encarregat de fer una revista nova en la línia de la funcionalitat i de la modernitat, que arribarà a la seva màxima expressió amb l'ús definitiu i generalitzat de la policromia de cap a cap de la revista. Però, a l'octubre del 1993, Lina Casanovas treballa un nou model –l'actual– que augmenta les possibilitats periodístiques tot jugant amb els textos, les il·lustracions i els espais en blanc.

Paral·lelament al canvi gràfic, el nostre setmanari ha anat forjant al llarg d'aquesta dècada un estil propi de fer periodisme. EL TEMPS ha pogut comptar des dels seus inicis amb la

col·laboració de prestigiosos columnistes: Ramon Barnils, Joan de Sagarra, Valentí Puig, Pere Calders, Ferran Torrent, Joan F. Mira, J. J. Pérez Benlloch, Jordi Balló, Manuel Vicens, Manuel Vázquez Montalbán, Vicent Parnal, Biel Mesquida, Fabià Estapé..., així com també amb la intervenció d'artistes plàstics i dibuixants de la talla d'Andreu Alfaro, Mariscal, Perich, Sento, Salvador Llosà, Ferreres, etc.

D'altra banda, ja des del començament, la referència d'un espai comunicacional dels Països Catalans dotarà EL TEMPS d'una singularitat que no té cap altre mitjà escrit. Però afortunadament, les referències s'aniran ampliant progressivament. Així, la influència dels setmanaris europeus de prestigi es vol decisiva en el camí cap a un periodisme rigorós i exhaustiu. També en aquesta línia, el setmanari introdueix a poc a poc la utilització cada cop més decidida de l'infografisme, molt abans que la majoria de mitjans setmanals d'informació general, així com una secció d'humor, "The Financial Temps", coordinada per Ferran Torrent i Miquel Alberola. Per últim, un darrer factor condiona, molt favorablement, la manera de fer d'EL TEMPS: la informatització que es duu a terme l'any 1989. Primerament, per l'agilitat que això representa; de les màquines d'escriure i la compaginació manual es passa ràpidament als ordinadors. O el que és el mateix, la impremta plana deixa lloc a la rotativa. Però serà la interconnexió entre les tres redaccions existents (València, Barcelona i Palma de Mallorca) la que facilitarà, en la perspectiva de l'espai comunicacional que ens dóna sentit, una millor qualitat periodística i un acabat més acurat.



En altres paraules, un millor servei al lector. En la mateixa direcció que els avenços esmentats més amunt, EL TEMPS ha encetat ja un servei d'informació On Line (vegeu article a la pàgina 8 d'aquest mateix número), el que hem anomenat "Redacció Oberta", que permet un *feed-back* directe amb els nostres lectors i obre la possibilitat a nous serveis de comunicació, com el que posarem en marxa aquesta tardor vinent amb el conveni amb la xarxa Servicom. És la darrera aplicació de l'alta tecnologia, la de les autopistes de la informació.

Guanyar lectors per continuar avançant. De més a més, la millora qualitativa ha anat equidistant a l'increment quantitatiu de la difusió d'EL TEMPS. Andorra i la Catalunya Nord són fites prioritàries en els plans d'extensió futurs. I això és possible perquè el nostre setmanari ha conquerit una quota important de mercat. Precisament en aquesta clau cal interpretar la major part de les iniciatives que s'han materialitzat d'uns anys ençà: la publicació en fascicles, l'any 1991, de la novel·la de Joanot Martorell, *Tirant lo Blanc*, tot coincidint amb el 500 aniversari de la seva primera edició. O els llibrets del Rock català, el 1992: dotze lliuraments en què es donaren a conèixer les interioritats i creacions dels principals grups de música que canten en la nostra llengua. I ja més recentment, l'any passat, l'edició en suport de vídeo de nou capítols de la sèrie *Mediterrània*, dirigida per Ramon Folch, que TV3 havia produït i emès mesos abans. No ha estat fins fa ben poc, amb l'increment de lectors i subscriptors, que EL TEMPS ha pogut esmerçar part dels seus recursos en la confecció d'edicions especials i al llançament de fortes campanyes publicitàries de televisió i ràdio.

De fet, sense oblidar el dia a dia —cal no oblidar que EL TEMPS ha destapat exclusives de tanta importància com el guió detallat de la cerimònia inaugural dels Jocs Olímpics de Bar-

celona, guardat zelosament fins aleshores, la trama valenciana de la secta CEIS o les xarxes de la ultradreta al nostre país, per posar-ne només tres exemples; i ha obtingut distints premis de periodisme entre els quals hi ha el Premi Avui i el Premi Nacional de Periodisme de la Generalitat de Catalunya—; sense deixar de banda la investigació d'actualitat, dèiem, aquesta revista ha intentat sempre de contribuir a una anàlisi més acurada i real del nostre entramat socioeconòmic, dels nostres agents culturals i de la nostra història. Així, amb una periodicitat notable i des del principi, han aparegut tot de suplementos que completen la visió sobre temes de gran interès: sobre disseny i tecnologia valenciana, sobre l'empresa; especials dedicats a organismes de l'estil de la Universitat de les Illes Balears, de l'IMPIVA, del museu Sant Pius V de València; documents dedicats als aniversaris dels naixements de Catalunya i el País Valencià; o als 25 anys de la Cançó, o amb motiu d'un any de la mort de Josep Andrés Estellés; números dedicats a personatges com Joaquim Sorolla, Ignasi Pinazo o Santiago Calatrava; i temes genèrics sobre Andorra, el cava, la pilota valenciana, la festa d'Elx, la impremta valenciana, l'esquí, els afusellaments de Franco i l'euroregió Principat-Llenguadoc-Migdia Pirineus, entre altres. I també, fins i tot, la publicació de la historieta *Macau*, de Mique Beltran, editada com a promoció del còmic en català.

No obstant, la realització del *Tirant lo Blanc* o de *Mediterrània* superava els efectius inicials del mitjà. Ara, quan les ha pogudes materialitzar, EL TEMPS s'ha servit d'aquestes campanyes per augmentar el seu coixí d'audiència: el control de difusió OJD corresponents a l'any 1991 donava a la revista una mitjana de 13.498 exemplars setmanals, xifra que amb la promoció de *Mediterrània* va arribar a pujar fins als 28.000. Una tranquil·la garantia de continuïtat.

Joan Morales

D'esquerra a dreta, els números 1, 100, 105, 260 (especial dels 5 anys), 359, 419 (amb les pàgines dedicades a Joan Fuster immediatament després de la seva mort), 484 i 500. La línia de constant evolució i modernització que ha experimentat EL TEMPS permet de donar una resposta periodística àgil i seriosa a l'actualitat.