

Revistes de *hobbies*, la lectura del futur

La premsa dels entreteniments guanya adeptes dia a dia, molt més que els diaris

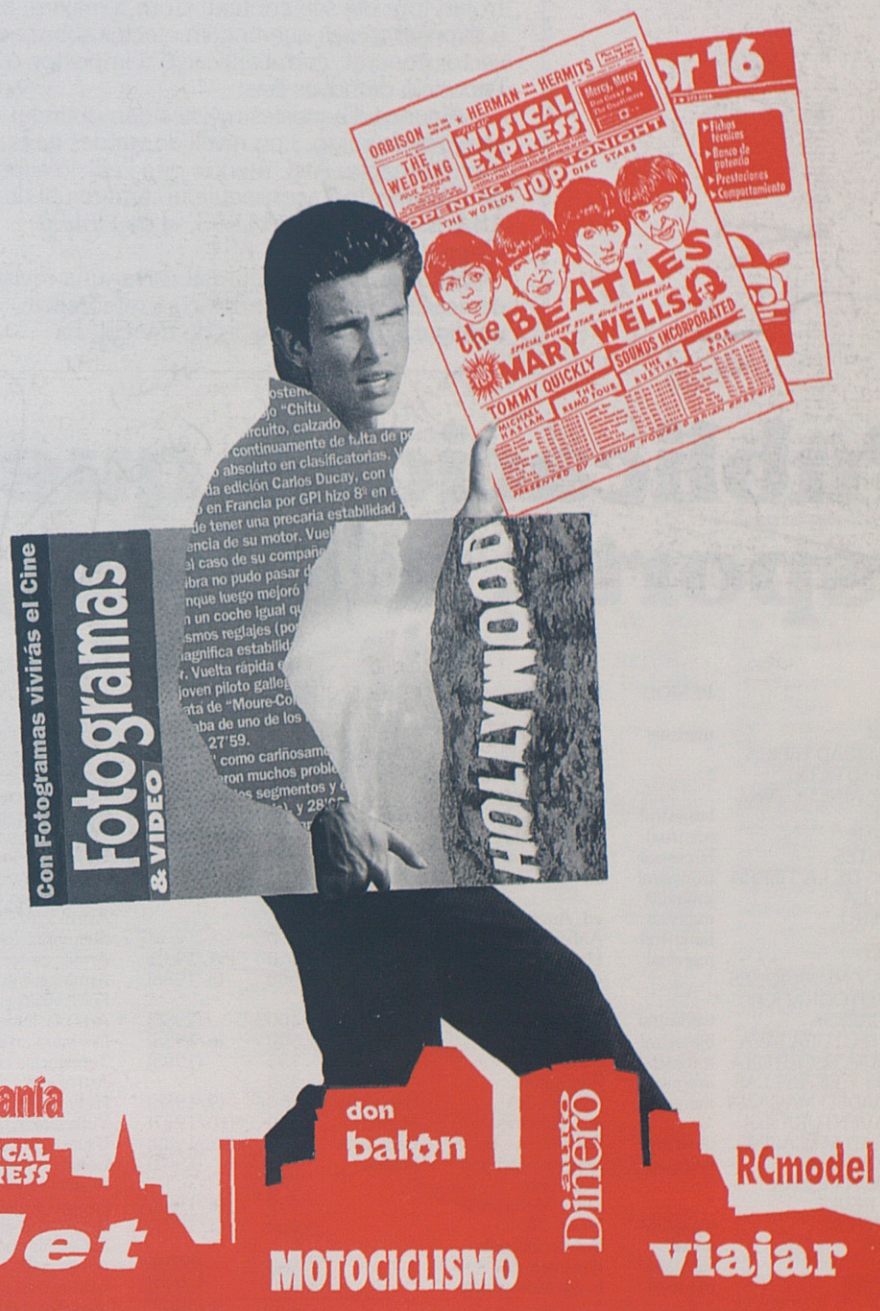
—Àlex Muniente—

D'un temps ençà, el ventall de publicacions relatives a temes d'oci i d'entreteniment ha anat trobant un caliu cada cop més ampli, fins a l'extrem que gairebé constitueix un gènere en si mateix. A hores d'ara, poques són les aficions o temes, amb la corresponent colla de seguidors, que encara no estan reflectits en una revista d'aparició periòdica. I les propostes continuen expandint-se, fins a l'extrem de crear un tipus de periodisme amb un tarannà ben particular, com també un estil propi a l'hora de fer la seva tasca.

Al final dels anys vuitanta, un estudi endegat per la Unesco evidenciava que els Estats Units eren el país amb el nombre més alt de publicacions periòdiques: més de 8.000 revistes diferents —sobre qüestions tan dispars com ara els esports, la ciència o el cinema— es posaven a l'abast dels prop de 200 milions d'habitants d'aquell país. Sorprenentment, era seguit per l'Estat espanyol, que amb una població de 40 milions i escaig oferia quasi 6.000 publicacions, de periodicitat variable, anant per davant de països amb més tradició cultural, com per exemple Alemanya i el Regne Unit.

A hores d'ara la xifra mencionada ha canviat

© ANDALATOPEDIA



—Cada afició, cada obsessió,
per minoritària que sigui,
té la seva publicació: 6.000
en total a l'Estat espanyol—

de manera substancial: s'ha incrementat en una cinquena part, segons algunes fonts. Un elevat percentatge d'aquestes publicacions és editat per associacions professionals o entitats, per tal de donar a conèixer els esdeveniments que afecten la seva tasca diària i aportar el seu parer davant les actuacions governamentals.

El ventall que ara pot trobar-se en quioscos i llibreries no pot qualificar-se sinó de complex. Hi ha propostes centrades en l'àmbit del col·leccionisme, la pràctica d'esports de risc, el món de l'automoció, els ordinadors, l'art... Totes tenen en comú el fet que, sigui quin sigui el seu terreny d'actuació, tan sols porten a col·locació aquells aspectes lligats directament al tema que tracten, sense tocar mai d'altres qüestions que es trobin fora del seu context.

Algunes d'aquestes revistes han obtingut un remarkable ressò, i un nivell de vendes gens menyspreable. Així, mentre que l'edició espanyola de Datamation aconseguia un tiratge útil de 18.246 exemplars al 1993, el de Hobby Consolas era de 201.651.

Sigui com sigui, treure al carrer una revista dedicada a un passatemp concret implica configurar acurats estudis de mercat, i a

continuació avaluar quin serà el seu posicionament davant dels lectors. Ignorar aquests requeriments, tècnicament allunyats dels criteris periodístics, condueix de manera inevitable al fracàs del producte, cosa que per desgràcia succeeix sovint. En aquest sentit és paradigmàtica Inventos, publicació apareguda ara fa deu anys que pretenia informar de qualsevol avenç tècnic: el fet que es negligís la identificació de la revista amb els seus lectors potencials, en principi els inventors, afegit a una deficient campanya de promoció, va costar el seu enfonament definitiu.

Deixant de banda les revistes mal plantejades, val a dir que en general l'edició d'aquestes publicacions constitueix una activitat capaç d'aportar sucules beneficis. Una mateixa empresa pot explotar una temàtica específica amb diverses revistes i fer-se una bona clientela. El grup editorial Luike-Motorpress, per exemple, té cura de sis publicacions destinades al món de l'automoció. En el darrer exercici econòmic va aconseguir uns ingressos de 5.580 milions de pessetes en vendes.

Tret dels guanys generats, la posada a punt d'aquestes publicacions ha conduït a la creació de petits emporis, en certes ocasions. Mitjançant el control de l'accionari, grups financers internacionals, com Hachette o Jackson, han penetrat en el panorama estatal, i han aconseguit d'acaparar la seva quota de mercat. No hi manquen tampoc les entitats de gran abast, que a

través de societats mitjanceres dominen sectors bastant remarcables, per exemple el Grup Z, holding amb participacions a Dispesa SA, Ed. BSA, Ed. Primera Plana i Ed. Temps SA.

Sector inestable

Pel que fa als continguts i a la manera de presentar-los, "els criteris es fonamenten a través d'estudis i de la nostra experiència", ens explica M.J. Chavalera, redactora de Luike-Motorpress. "Sabem què volen els lectors, normalment afers força especialitzats. Per això els oferim proves i anàlisis, però també apartats d'actualitat que són revisats puntualment, i fins i tot informació d'empreses".

"Nosaltres no tenim programat el que sortirà mensualment, ni tampoc sabem què hi entrarà fins a l'últim moment", detallen fonts d'una editorial de Barcelona especialitzada en temes de nàutica i pesca. Tal tendència depèn especialment del personal que treballa a cada redacció, que s'acostuma a reduir al mínim indispensable. A banda del personal administratiu, la composició del cos editorial es limita al director, un redactor en cap i/o un coordinador, i els compaginadors, complementats pels experts en vendes i publicitat. Tenir un equip de redactors en plantilla representa per a moltes empreses un luxe que poques d'elles estan disposades a mantenir, malgrat els

substanciosos guanys que obtenen amb la revista.

En conseqüència, el gruix dels articles que es publiquen descansen sobre la figura del col·laborador, que no sempre és precisament una persona formada a les facultats de Ciències de la Informació. Provenen dels ambients professionals relacionats amb els temes que tracten i tenen una certa inquietud per l'escriptura. Al capdavant, un pilot sempre podrà parlar amb més propietat d'avions que no pas un profà, o un músic que tingui cura d'un concert minimalista ho farà més bé que algú que en desconexi els rudiments.

En determinats sectors, aquest intrusisme ha acabat institucionalitzant-se, atès que en certs temes l'editor s'estima més contactar amb aquests col·laboradors —que sovint treballen molt barat, o gratuïtament, perquè ja obtenen per un altre costat els beneficis de la seva feina d'escriure— que no pas amb un aspirant acabat de sortir de l'escola de periodisme. Així, en el ram tècnic s'acostuma a triar enginyers industrials perquè facin feines d'articulista en el terreny de l'automobilisme, dels aparells tècnics, etc.; o bé a contactar amb esportistes per tal que comentin determinats aspectes relatius a tècniques, equipaments o instal·lacions.

La qualitat dels escrits varia enormement, en funció de les habilitats de cada autor en el camp lingüístic i de la disponibilitat de correctors. Amb tot, aquest aspecte té una importància relativa, si es té en compte l'ús i abús de fotografies (sobretot

Publicacions que aconsellen sobre tots els esports, aficions, bogeries, gustos i manies

Table with 6 columns: PERIOD, EDITOR, CIUTAT, PREU, FUNDADA, TEMÀTICA. Lists various publications like ACCION, ACTUALIDAD HIPICA, AERONAUTICOS, etc.



Table with 10 columns: Title, Editor, City, Price, Founded, Topic, Price, Founded, Topic, Price, Founded, Topic. Lists publications like CINTURON NEGRO, CIUDADANO, CLUB DE GOURMETS, etc.



