



Prensa catalana i «gratuïta»

Els gratuïts
tenen un paper
informatiu cada
vegada més
preeminent

Les oficines de l'ACPG
a Mataró, amb la secre-
tària Núria Muñoz.



Capgròs és juntament amb *Mataró Report*, una capçalera integrada a l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta que defensa la fórmula d'informar sense cap cost per al lector.

Prensa gratuïta. Gra-tu-i-ta. La gratuïtat és el principal argument que esgrimeixen alguns empresaris i professionals del món de la comunicació –inclosos alguns de l'àmbit local– per posar en un mateix sac d'una banda els mitjans de comunicació que distribueixen les seves publicacions sense cap cost per al lector –com *Capgròs*– i de l'altra els catàlegs de caràcter publicitari que no tenen cap vocació informativa. És una operació de desprestigi que s'utilitza de forma sistemàtica des dels mitjans de pagament per provar d'atraure el públic cap al seu segment.

Paradoxalment, quan més s'ataca per aquest flanc, més amunt onegen la bandera de la gratuïtat els editors del sector, que des de fa set anys s'han unit al voltant de l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta (ACPG), una entitat presidida per l'editor Mateu Ros que representa actualment més de quaranta capçaleres en català, amb informació i amb la tirada controlada, entre les quals hi ha les mataronines *Capgròs* i *Mataró Report*, a més d'*El Tot Mataró*, també d'àmbit local.

El neguit que provoca la presència de premsa gratuïta entre els mitjans de pagament és justificat. Des del passat octubre, l'ACPG té dades objectives a la mà –extretes d'un estudi d'audiència

que va portar a terme l'empresa Market ADD per encàrrec de la mateixa associació– que són clarament favorables a la premsa gratuïta.

Les grans conclusions de l'estudi indiquen que tres de cada quatre catalans, o dit d'una altra manera, quatre milions i mig de persones, llegeixen premsa sense pagar. Els lectors escullen els mitjans gratuïts, principalment, per informar-se del que passa al seu municipi. És a dir, la premsa gratuïta és la font d'informació local més consultada pels habitants de les grans ciutats catalanes.

Amb les dades de l'estudi d'audiència a la mà, es demostra que la premsa gratuïta no és una competidora sinó més aviat una aliada de la premsa de pagament, ja que un 62% de lectors de gratuïts asseguren que paral·lelament compren o llegeixen algun diari de pagament. En aquest sentit es pot afirmar que la gran tirada dels mitjans gratuïts ajuda a crear hàbit de lectura entre les classes populars. Tot i això, alguns teòrics de la comunicació com Josep Gifreu han advertit que la premsa comarcal s'haurà de plantejar un procés de reconversió, encaminada a la concentració. A Mataró, sense anar més lluny, aquest procés de concentració de la premsa comarcal s'ha posat de manifest amb la reconversió d'*El Punt*, que des del mes de desembre publica una edició central amb seu a Barcelona que aglutina les edicions del Maresme, el Garraf i el Barcelonès Nord. El canvi d'estratègia del grup editorial Comit Premsa BCN no ha suposat el tancament de la redacció de Mataró, que ha passat a convertir-se en una delegació comarcal, però sí que ha significat que el nou diari –que manté la capçalera d'*El Maresme* i una portada pròpia– hagi perdut un volum important d'informació local.

Aquest fet dona encara més preeminència al paper informatiu de la premsa gratuïta. Un paper moltes vegades poc valorat per les institucions, com demostra el fet que la premsa gratuïta no té el mateix tracte que la premsa de pagament pel que fa a les subvencions públiques.