

BolLETÍ de la
SOCiETAT
ARQUEOLòGiCA
L'IL·liANA

Revista d'Estudis Històrics

Any CXXVI Núm. 865 #67_ISSN: 0212-7458

Tercera Època_Palma_2011

Bolletí de la Societat Arqueològica Lul·liana

HISTÒRIA

1885-1904: *Boletín de la Sociedad Arqueológica Luliana*

1905-1937: *Bolletí de la Societat Arqueològica Luliana*

1938-1977: *Boletín de la Sociedad Arqueológica Luliana*

Anys: 3ª Època 1978-

ISSN: 0212-7458

Dipòsit legal: PM 738 -1960

Periodicitat ANUAL

Editor: *Societat Arqueològica Lul·liana*

<http://www.arqueologicaluliana.com>

Preu de la subscripció: 45 euros

CONSELL DE REDACCIÓ

Director

Dr. Miguel José Deyá Bauzá, Universitat de les Illes Balears

Secretari

Dr. Miquel Àngel Capellà Galmés, Universitat de les Illes Balears

Vocals

Dr. Albert Hauf i Valls, Universitat de València / Dr. Flocel Sabaté i Curull, Universitat de Lleida /

Dr. Manuel Calvo Trias, Universitat de les Illes Balears / Dr. Tomàs de Montagut Estragués, Universitat

Pompeu Fabra / Dr. Xavier Torres Sans, Universitat de Girona / Dra. Maria Barceló Crespi, Universitat

de les Illes Balears / Dr. Ricard Urgell Hernández, Arxiu del Regne de Mallorca

PRESENCIA EN BASES DE DADES I REPERTORIS BIBLIOGRÀFICS

REGESTA IMPERII. Akademie der Wissenschaften und der Literatur (DE) / *Repertorio de medievalismo Hispánico*.

CSIC / Catàleg LATINDEX / Acceptada a PIO (Periodical Index Online). Quest (GB) / Incorporada a DICE (Difusión

y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas) / Evaluada a RESH

(Revistas científicas Españolas de Ciencias Sociales y Humanas) / Clasificada a CIRC (Clasificación Integrada de

Revistas Científicas) / Allotjada a e-Dialnet, Universidad de La Rioja

PRESENCIA A INTERNET

Volums 1-62 (1885-2006)

<http://ibdigital.uib.cat/greenstone/cgi-bin/library.cgi>

Volums 1-18 (1885-1921)

http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?idPublicacion=3041

Volums 63 i següents (2007-)

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=12153>

DISSENY DE LA COBERTA I L'INTERIOR

Antoni Garau

Carles Fargas

IMPRESSIÓ

Impremta BAHIA

© dels autors pels seus articles

Els articles publicats al BSAL recullen exclusivament les opinions dels seus autors.

La revista declina qualsevol responsabilitat que pogués derivar-se dels drets de propietat intel·lectual o comercial.

Societat Arqueològica Lul·liana

C/ Monti-Sion, 9

07001 Palma de Mallorca

arqueologicaluliana@gmail.com

LA PREMSA GRATUÏTA A LES ILLES BALEARS

Joan Josep Matas Pastor

CESAG¹

Resum: La premsa gratuïta a a les Illes Balears és un fenomen relativament recent que no té ni quinze anys d'història. Des del Grup de Recerca d'Història de la Comunicació del CESAG volem apropar-nos a totes aquelles empreses periodístiques que tenen una presència entre la nostra ciutadania i, per tant, han arrelat a la nostra comunitat. La gratuïtat de les publicacions no implica baixa qualitat. Ara bé, totes elles depenen dels anunciants. Analitzam publicacions periòdiques d'informació general i especialitzades, sobretot en temes econòmics i culturals. Aquestes poden ser diàries, setmanals, mensuals i trimestrals.

Paraules clau: Història, comunicació, empresa periodística.

Abstract: Free press is quite a recent phenomenon in the Balearic Islands, it is not even fifteen years old. The CESAG History of Communication Research Group is analysing all press enterprises in our Community. Free publications are not directly linked to bad quality. However, all of them are dependant from publicity. We focus on periodic publications both general information or espezialized. Amongst the lastest, we analyse economic and cultural publication. All of them are daily, weekly, fortnightly, monthly and quarterly publications.

Key words: History, mass media, press enterprises.

Rebut el 25 de maig. Acceptat el 20 de setembre de 2011.

¹ Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez.

Introducció

A nivell internacional podem dir que la premsa gratuïta va aparèixer l'any 1995 quan dos periodistes Pelle Anderson i Robert Braunerhielm, i l'editora Monica Lindstedt distribuïren el primer exemplar de *Metro* en els transports d'Estocolm. Dos anys després ja comptaven amb periòdics a diversos països. Cal apuntar que a partir de 1999 entraria a l'escenari un nou competidor. L'empresa noruega *Schibsted* va treure al mercat *20 Minutos* a Zurich. Des d'aquest moment, s'inicià una guerra entre ambdues multinacionals per posar-se al capdavant de totes les llistes de difusió de diaris del món. Avui dia, ambdues són multinacionals sòlides. Per exemple, *Metro* compta amb 27 edicions a 16 països i en 15 idiomes, a més d'haver-se convertit en la quarta empresa del món en el sector de la premsa diària, independentment de que sigui gratuïta o no.

La primera experiència de la premsa gratuïta a l'Estat espanyol es produí a meitat dels anys noranta entorn a les grans ciutats de Catalunya, País Basc i València. Més concretament, la irrupció de la premsa gratuïta al nostre estat es produí l'any 1992 amb el *Mini Diario de Valencia*. Ara bé, l'autèntic enlairament s'inicià amb l'arribada de les multinacionals escandinaves abans citades. A començament del nou segle els grans grups espanyols, Vocento i Recoletos, entraren en el mercat dels gratuïts amb nou títols com el diari *Qué!* El darrer en incorporar-se fou el Grup Planeta amb *ADN*.²

La premsa gratuïta ha tingut un creixement exponencial durant els darrers anys i s'ha convertit en un model de negoci que ha sabut aprofitar l'excel·lent situació del mercat publicitari i dels mitjans de comunicació, en general, abans de la crisi econòmica que ens està afectant. Aquesta expansió es deu a factors com l'aplicació de noves estratègies de distribució i l'aparició de noves tendències en els hàbits de lectura i consum dels mitjans de comunicació.³

El cas de les Illes Balears

Segons l'historiador Josep Maria Buades "en l'entorn d'un incipient turisme i amb la voluntat d'oferir informació sobre esdeveniments socials i activitats d'interès turístic es va publicar el setmanari *La Semana mallorquina*, entre els anys 1955 i 1971. Es redactava en castellà, francès, anglès i alemany i es distribuïa gratuïtament".⁴

Ara bé, ens centrarem exclusivament en aquelles publicacions periòdiques gratuïtes que existeixen avui en dia. Segons la Guia de la Comunicació del Govern de les Illes Balears actualment existeixen 10 capçaleres de premsa gratuïta. El llistat és el que a continuació us oferim: *ADN*, *Baleares Sin Fronteras*, *Balearnostrum*, *Cinco Lobitos*, *De Franc*, *Gaceta Náutica*, *Namaste*, *Prensa Pititusa*, *Part Forana* i *Més a Més*.⁵ Hem de tenir present que l'esmentada guia no és exhaustiva i, per tant, el llistat ha de ser completat amb les iniciatives

² ARROYO CABELLO, M.: "Impacto de la prensa gratuita en los jóvenes: algunas claves del fenómeno mediático", a <http://www.comminit.com/en/node/273423> [Data consulta: 1 de febrer de 2001].

³ VINYALS, M.: "Radiografía de la prensa gratuita", *Anàlisi*, 35, 2007, p. 239.

⁴ BUADES JUAN, J.M.: *Intel·lectuals i producció cultural a Mallorca durant el franquisme (1939-1975)*, Palma de Mallorca, 2000, p. 277.

⁵ *Guia de la Comunicació del Govern de les Illes Balears*, a <http://guiacomunicacio.caib.es>, Data de consulta: [22 de febrer de 2011].

comarcals *L'Observador del Pla de Mallorca* i *Mallorca Sud* i la publicació d'àmbit municipal *Palma El Periódico*.

Convé esmentar que a hores d'ara a l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta i Mitjans Digitals (ACPG) hi ha inscrits 31 mitjans associats de les Illes Balears. D'aquests, 18 són publicacions impreses i 13 són digitals. Conjuntament les publicacions gratuïtes arriben a més de 380.000 exemplars mensuals, mentre que els digitals arriben a més de 150.000 usuaris únics. Les publicacions impreses de les Illes associades són les següents: *Baleares sin Fronteras*, *Balear Nostrum*, *De Franc*, *El Bolígraf*, *El Sud de Mallorca*, *GE Excellence*, *l'Hiperbòlic Mallorca*, *L'Observador de Llevant*, *L'Observador del Pla*, *Mas Mallorca*, *Mes a mes*, *Part Forana Llevant-Mitjorn*, *Part Forana Nord-Pla*, *Part Forana Raiguer*, *Part Forana Tramuntana-Ponent*, *Porta per porta*, *Prensa Pitiusa* i *Revista Namaste*.⁶

Per la seva part, els mitjans digitals són: *balearnostrum.com*, *capvermell.org*, *ciutat.es*, *ibdigital.net*, *laveudemallorca.cat*, *mallorcactual.com*, *manacormanacor.com*, *masmallorca.es*, *revistanamaste.com*, *saveu.cat*, *tribunamallorca.cat*, *viufelanitx.com* i *viumanacor.com*.

Segons el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura de les Illes Balears en la seva sisena onada de 2010 obtenim un resultat ben escafit pel que fa a la lectura de la premsa diària gratuïta.⁷ Així doncs, només la meitat de la població de les Illes Balears llegeix o fulleja premsa diària. I, no arriba a un 5% d'aquesta llegeix o fulleja diaris gratuïts. Si observem el rànquing dels diaris més llegits, *ADN* es troba en la desena posició. A continuació vos oferim el llistat dels diaris més llegits a les Illes Balears (Taula 1).

Capçalera	Percentatge lectors
Última Hora	28,7
Diario de Mallorca	15,3
Marca	9,4
El Mundo	7,3
Sport	5,4
As	5,4
Diario de Ibiza	5,1
Diario Menorca	3,9
El País	3,7
ADN	2,7
El Mundo Deportivo	2,4
Diari de Balears	2,4
ABC	1,2

⁶ "L'ACPG arriba als 31 mitjans associats a les Illes Balears", *Comunicació 21. El portal català del sector de la comunicació*, 9 de febrer 2011, [Data consulta: 24 de febrer de 2011].

⁷ *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura Illes Balears. 6a onada 2010*, Fundacc (Fundació Audiències i Comunicació de la Cultura), gener 2011, p. 7.

Pel que fa a les publicacions setmanals i quinzenals observam que entre les 10 més llegides n'hi ha tres gratuïtes. En la tercera posició, darrera *Pronto* i *Hola*, hi trobam *Baleares sin fronteras*; i, en quart lloc, *Part Forana*. Finalment, esmentar que la dècima posició l'ocupa el setmanari d'informació general *Prensa Pitiusa*. Cal matisar que només un 44,7% de ciutadans de les Illes Balears llegeixen publicacions setmanals i quinzenals. Heus aquí el quadre de les deu més llegides (Taula 2).⁸

Capçalera	Percentatge
Pronto	9,8
Hola	9,4
Baleares sin fronteras	4,7
Part Forana	4,3
Cuore	3,9
Semana	3,5
Diez Minutos	3,2
Lecturas	2,6
Entreviu	2,6
Prensa Pitiusa	2,3

Per altra banda, en el rànquing de les revistes mensuals, només hi trobam *L'Observador del Pla de Mallorca* en una posició molt endarrerida, més concretament, en la posició 49.⁹

Començarem l'anàlisi de la premsa diària gratuïta estatal que té edició pròpia a Mallorca. Ens referim al cas de *ADN Mallorca*. Cal recordar que a nivell estatal *ADN* sorgí el mes de març de 2006 amb una tirada d'un milió d'exemplars i en uns moments de dura competència quan ja existien tres diaris gratuïts de cobertura estatal. Ara bé, des del primer moment aquest apostà per la qualitat d'un diari molt urbà, seriós i molt afincat amb la realitat de cada regió on es distribueix. De fet, la seva estratègia consistí en incorporar socis locals a les ciutats en les que es distribueix. Per tal motiu, compta amb la participació de sis editores regionals: *La Voz de Galicia*, Grup *Joly*, *La Información de Navarra*, *Heraldo de Aragón*, Grup Promotor *Salmantino* i el Grup *Serra*. Les pàgines comuns s'elaboren entre Madrid i Barcelona i l'editora *Página Cero* s'encarrega de l'estructura central del diari per a Madrid, Barcelona i València, ciutats en les que no hi ha socis locals.

ADN, a diferència d'altres diaris gratuïts com *20 Minutos* i *Qué!*, adopta criteris tradicionals de la premsa de pagament a l'hora d'establir les seves seccions, és a dir, el temàtic i el geogràfic, amb una denominació fixa de les seccions i un ordre d'aparició regular.¹⁰

⁸ Baròmetre de la Comunicació i la Cultura..., p. 15.

⁹ Baròmetre sobre la Comunicació i la cultura..., p. 19.

¹⁰ GÓMEZ MÉNDEZ, J.M.; MÉNDEZ MUROS, S.: "La seccionación en la prensa gratuita diaria de Sevilla", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 2010, p. 182.

Pel que fa a la premsa gratuïta autòctona d'informació general iniciarem el recorregut pel de més recent creació. Ens referim a la publicació mensual *Més a Més Mallorca* que s'inicià el mes de gener de 2011. L'editorial del primer número és una declaració d'intencions i, per la seva importància, el reproduïm íntegrament:¹¹

El nacimiento de una publicación es siempre recibido con interés por aquellos a los que va dirigido, y celebrado con ilusión por quienes lo ponen en marcha y esperan con ansia el mejor de los recibimientos. Este es el caso de Mes a mes. Estas 24 páginas que el lector tiene entre sus manos son el fruto de la ilusión y el esfuerzo de un no reducido grupo de profesionales que confían en ser merecedores del reconocimiento por parte de los lectores, un lector que no siempre encuentra en los medios impresos de esta isla aquello que le puede resultar interesante.

No venimos a sustituir a nadie ni a desplazar a los que ya han sabido encontrar su sitio. Pero creemos en la pluralidad, en la igualdad de oportunidades y en la libertad. Queremos que esta sea nuestra hoja de ruta, nuestra brújula y nuestro compromiso.

Pensamos que solo podremos afrontar esta tarea demostrando un tremendo respeto por los ciudadanos. Sólo desde ese respeto y con un alto grado de autoexigencia, creemos que es posible hallar nuestro hueco en el panorama de los medios de comunicación de nuestra isla.

Hablaremos de política, de economía, de cultura..., pero también de ocio y de aspectos lúdicos y entretenidos de nuestro entorno. La vida son muchas más cosas de las que habitualmente encontramos en las páginas de los periódicos. A menudo, la realidad está muy alejada de las discusiones que tienen lugar en el Parlament, el Consell o el Ajuntament.

Intentaremos reflejar esto en nuestras páginas y buscaremos sorprender. Seremos bilingües con la misma naturalidad con que lo es nuestra sociedad; manejaremos un diseño que, estamos seguros, no pasará desapercibido ni dejará indiferentes a quienes lo quieran analizar.

Y es que nos revelamos ante la posibilidad de resultar obvios y previsibles; también huiremos de la complacencia, y confiamos en lograr una aceptación que nos mantenga mucho tiempo puntuales a nuestra cita mensual con los lectores.

La vida está en la calle. Como nosotros.

Les seccions fixes amb els seus responsables són les següents: editorial i cartes al director, Miquel Martorell i Roig (editor i director de la publicació); *Va de ball*, Joan Petit; *Gastronomía y Vino*, José A. de Haro; *Viajar*, Silvia Riera; *Comarcas*, Juan José Marí; *Consejo del Abogado*, Eduardo Vila; *¿Sabías qué?*, Isabel Gomila; *Antigüedades*, Daniel Cota; *Jardinería*, Juanan Vidal; *Espectacles i Cultura*, Jaume Sureda; i, finalment, Mónica Cervero, *Deportes*.

A l'equip de professionals abans esmentat hi hem d'afegir a Josep Bauzá, com a director de Manacor i comarca, a Manolo Moreno, com a director comercial, a Antoni Bernat, com a assessor internacional i a Ángel Guzmán en el càrrec de director adjunt.

N'han sortit al carrer tres números tenint com a eix bàsic el ciutadà i la proximitat. De l'anàlisi de contingut hi traspua una mescla d'informació i entreteniment a través de l'ús de diversos gèneres periodístics com el reportatge, la crònica, la notícia i l'entrevista.

Unes altres publicacions periòdiques gratuïtes, però de caire comarcal són *L'Observador del Pla de Mallorca*, *L'Observador del Llevant de Mallorca* i *Sud de Mallorca*. Totes tres pertanyen al mateix grup editor amb seu a la Plaça de la Constitució de Manacor. La primera va dirigida als habitants dels catorze municipis que integren la Mancomunitat del

¹¹ "Un gran respeto por los ciudadanos", *Més a Més Mallorca*, 1, p. 2.

Pla de Mallorca i a tots els interessats en el que succeeix en aquesta comarca. És una publicació que té una vida de més de sis anys. La seva tirada és de 5.000 exemplars, en format *offset*, a tot color, distribuïts a 300 llocs dels diferents pobles (ajuntaments, pacs sanitaris, centres culturals, forns, botigues, supermercats, bars, bancs i caixes d'estalvis). Està redactat íntegrament en la nostra llengua. Les seves seccions són diverses, amb entrevistes, notícies de la comarca i dels municipis, cuina, agenda, la col·laboració de periodistes i escriptors en la secció d'opinió i amb una especial atenció a l'agricultura i la ramaderia, amb les pàgines "Suplement Món Agrari i Natura del Pla de Mallorca".

L'Observador del Llevant de Mallorca és una publicació setmanal d'informació general de la comarca del Llevant de Mallorca. Va dirigida als habitants dels cinc municipis que la integren: Artà, Capdepera, Manacor, Sant Llorenç des Cardassar i Son Servera. La seva tirada és de 5.000 exemplars distribuïts a 400 llocs dels diferents pobles. També està escrita íntegrament en català de Mallorca. Les seves seccions són gairebé les mateixes que l'anterior amb una especial atenció a l'agricultura i al medi ambient, així com les fires, mercats, artesanía, comerç i indústria de la comarca.

El *Sud de Mallorca* també és una publicació d'informació general de la comarca del Migjorn de Mallorca i va dirigida als habitants dels municipis de Campos, Felanitx, Lluçmajor, Santanyí i Ses Salines. Fa més de sis anys que surt al carrer i la seva tirada també és de 5.000 exemplars, distribuïts a 300 llocs dels diferents pobles. Està escrita íntegrament en català de Mallorca i amb les mateixes seccions de les altres dues publicacions. Ara bé, té unes pàgines especials que duen per títol "Coses del Migjorn. Suplement d'agricultura, pesca, fires, mercats, comerç i indústria".

També d'informació general són les publicacions *De Franc*, *Part Forana*, *Palma El Periódico* i *Prensa Pitiusa*.

De Franc inicià el seu camí el mes de novembre de 2002 com a publicació setmanal fins a finals de gener de 2010. De fet, a partir del número 335 de 20 de gener de 2010 i fins a l'actualitat es reconvertí en una publicació quinzenal. És editada per *Medios Multimedia de Manacor SL* i el seu director és Pep J. Bauçà. Des de l'any 2006 es poden consultar els exemplars de la revista *on line* a l'adreça www.defranc.com. Inicialment es distribuïa de bústia en bústia, però això provocava que molts exemplars es perdessin per ses bardisses. A partir de llavors es va fer la distribució a través de dispensadors situats a botigues, supermercats, bars, hospitals i centres de salut de la comarca del Llevant.

El setmanari d'informació general *Prensa Pitiusa* començà la seva trajectòria l'any 2007. Fins avui n'han sortit al carrer 210 números. Actualment, està gestionat per la societat *Periódico de Ibiza y Formentera SL* i pertany al Grup *Prensa Pitiusa*. A aquest grup també hi pertanyen Ràdio Èxit i Televisió d'Eivissa i Formentera.

Estam davant l'únic periòdic gratuït que existeix a Eivissa i Formentera, amb una tirada de 15.000 exemplars, 10.500 lectors diaris –segons l'estudi de març de 2010 de l'Institut Balear d'Estadística-, 72.000 lectors per edició i 4.000 punts de distribució a les illes.¹²

La publicació quinzenal *Part Forana* pertany al Grup Canal 4 i està editat per l'empresa

¹² <http://www.prensapitiusa.com/acerca-de/> Data de consulta [7 de març de 2011].

Mitjans de Comunicació S.L. Es fan quatre edicions comarcals diferents; això és Raiguer, Llevant-Migjorn, Nord-Pla i Tramuntana-Ponent. Cada una d'elles té una tirada de 10.000 exemplars, 24 pàgines i 100% color. A part de la secció específica de la comarca de la part forana corresponent, les quatre edicions compten amb les seccions següents: actualitat, política, economia i societat, cultura, esports, comunicació, pàgines temàtiques, agenda de cada comarca, cinema, televisió, entre d'altres.¹³

L'empresa editora abans esmentada, Mitjans de Comunicació S.L., també edita la publicació quinzenal *Ciutat*, amb una tirada de 15.000 exemplars, 56 pàgines i 100% color. Les seccions més importants de la publicació són locals, reportatges d'actualitat i els esports. Aquest va néixer a finals del 2001, amb una edició a Palma. L'any 2003 ja comptava amb tres edicions més a Inca, Manacor i Marratxí, totes elles editades a color en paper diari, de periodicitat mensual amb 24 planes d'informació diferenciada i altres 12 comunes a les quatre edicions. El projecte *Ciutat* neix sota les ales del grup de comunicació representat pel Canal 4, la televisió local de Palma amb més història, nascuda l'any 1986. Les quatre edicions del *Ciutat* declaraven l'any 2003 una tirada mensual de 55.000 exemplars, tot i que el control de l'OJD només arribava als gairebé 35.000 que es repartien per Palma.

L'origen del grup l'hem de situar l'any 1998 a Inca quan Miquel Pol, home provinent de la banca i que no tenia cap experiència en cap projecte periodístic, treu al carrer la capçalera *Set Dies*, un setmanal d'informació general de Palma, i *Part Forana*, amb una edició comarcal. Poc després ja s'editaren quatre edicions diferenciades comarcals més, fent un total de cinc: Tramuntana, Raiguer, Llevant, Nord i Palma. Val a dir que la capçalera *Part Forana* del Raiguer s'inicià amb una edició cada 15 dies i un tirada de 15.000 exemplars. L'any 2003, les cinc capçaleres arribaren a les 40 pàgines, gairebé la meitat d'elles a color. Les cinc edicions, fetes a la redacció central d'Inca, varen incloure notícies diferents segons la comarca, però les 60.000 còpies de cada exemplar duien un encartament de notícies generals sota el nom de *El Crisol*.¹⁴

Fins ara hem analitzat les publicacions gratuïtes d'informació general. Ara ens endinsarem en el món de les publicacions gratuïtes temàtiques, és a dir, aquelles que van adreçades a un públic molt concret.

En primer lloc, la població immigrant que resideix a les Illes Balears té al seu abast des de l'octubre de 2003 la publicació mensual *Baleares Sin Fronteras*. Des del mes de gener de 2006 té la seva versió digital www.baleares-sinfronteras.com. El seu fundador i director és el periodista colombià Juan Pablo Blanco Abadia que prèviament havia dirigit el també mensual gratuït *Planeta Latino*, editat pel Grup Cobes i del que es hereva l'actual publicació. Aquesta declarava una tirada de 10.000 exemplars.

L'objectiu editorial de *Baleares Sin Fronteras* és la integració dels immigrants que resideixen a les Illes Balears, que de partida, es converteixen en el seu principal públic objectiu. Una eina fonamental per a la integració són les trobades de lectors de la publicació a diferents pobles de les illes i que es fan amb la intenció d'exposar problemes d'integració i facilitar-ne la seva resolució. L'esperit d'integració que proposa la publicació ve reflectit a l'editorial de

¹³ <http://www.aepg.es> Data consulta [8 de març de 2011]

¹⁴ TRAVESSET I CAMPANYÀ, A.: "Premsa gratuïta a Mallorca. La informació a la caça del lector", *Comunicació 21*, primavera 2003, p. 69.

gener 2006 quan assenyala que “Podem recordar, enyorar i trobar a faltar la pàtria que ens va veure néixer, però també podem viure un present i un futur prometedor interrelacionant-nos amb les altres cultures en tot el sentit literal de la paraula”.¹⁵

A finals de l'any 2010 gaudia d'una tirada de 35.000 exemplars, segons la certificació de la PGD. La llengua emprada a la publicació és la castellana, encara que hi apareix de manera esporàdica qualche editorial en llengua catalana. En la seva versió digital apareixen molts articles en llengua catalana i castellana.

Pel que fa als continguts, cal destacar la presència a cada número de l'editorial, tal i com fa la premsa diària de pagament. Com que es tracta d'una publicació d'abast balear té una secció fixa dedicada a cada illa que fan un total de tres: Mallorca, Menorca i Eivissa i Formentera. Els gèneres periodístics més usuals a la publicació són la crònica, el reportatge i l'entrevista. També destaca la secció que amb el títol de *Consejos Legales* assessora al col·lectiu immigrant sobre problemes legals molt diversos. Ja per últim, assenyalar la veu i la presència que gaudeixen les associacions d'immigrants, cosa lògica si tenim en compte que són els seus lectors i, ahora, els distribuïdors de la revista.

El món de l'artesanía balear compta des de gener de 2011 amb una publicació gratuïta trimestral *BaleartNostrum*, fundada i dirigida per Joan Oliver Llaneras, també president de l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta i Mitjans *on line* de les Illes Balears. La revista neix per a servir com a punt de connexió entre tots els artesans de les Illes Balears i amb l'objectiu de promocionar l'artesanía entre la població resident i apropar el comerç i l'artesanía balear als turistes que ens visiten. Té una tirada de 3.000 exemplars i es distribueix a galeries d'art i exposicions, ajuntaments, fires, entre d'altres. Cal apuntar que rep el suport del Govern de les Illes Balears i de tots els consells insulars de cada una de les quatre illes.

Pel que fa al contingut cal destacar les entrevistes a membres de col·lectius professionals del sector i els articles esbossant el desenvolupament de fires especialitzades.

El mes de novembre de 2008 va sorgir la revista mensual *Cinco Lobitos* adreçada a les famílies que tenen nins petits o n'esperen. Segons em contà la seva directora i fundadora, Mari Cruz Arroyas, la revista nasqué amb una clara vocació de servei social. Cal matisar que a començament de 2010 la revista tingué una periodicitat bimensual. L'equip de redacció l'integren professionals que fan feina a altres mitjans com *El Mundo* i el també gratuït *ADN*.

Pel que fa als continguts inclouen una agenda d'activitat per al temps de lliure. L'eix fonamental de la revista el tenim a la secció anomenada “Familia al día”, basada en reportatges i entrevistes amb tot tipus d'informació per al seu públic objectiu. També inclouen una secció de Salut a càrrec de diferents professionals de la salut pública o privada que escriuen articles sobre la seva especialitat, fonamentalment pediatria, ginecologia i psicologia infantil. A nivell anecdòtic apuntar la presència d'un veterinari que escriu sobre el món de les mascotes i la seva relació amb la família. Finalment, voldria destacar la secció en la que un personatge de reconegut prestigi de l'illa ens parla sobre la seva infància. D'entre aquests personatges, cal destacar Rafel Nadal, Jorge Lorenzo, Ferran Alzamora (president de Sa Nostra), Paquita Tomás, Tummy Bestard, Agustín El Casta, Jaume Anglada, Aina Calvo, Catalina Cirer, Francina Armengol, entre d'altres. Generalment, es tracta d'esportistes,

¹⁵ *Baleares Sin Fronteras*, “Editorial: millor impossible, gràcies a Pollença i Sa Pobla”, gener 2006, p. 1.

empresaris, polítics i artistes de la nostra comunitat.

De caire naturista i ecologista és la revista mensual *Namaste* de la que s'ha editat noranta números en dues èpoques diferents. El subtítol de la revista és clarificador dels seus objectius: *La revista que impulsa el cuidado de la Tierra, el Alma y la Sociedad*. Des de l'any 2009 elabora la revista digital www.revistanamaste.com. Tant la versió en paper com la digital són unes publicacions especialitzades en ecologia, creixement personal i moviments socials. Els hi preocupa l'ecologia i la sostenibilitat de la terra, el desenvolupament personal dels individus i les iniciatives de la comunitat que permetin la interrelació i el creixement dels seus membres. El seu editor i director és el periodista Aberto Fraile Oliver. La llengua emprada és la castellana, encara que hi ha qualche article en llengua catalana, sobretot en els reportatges publicitaris de diferents departaments del Consell Insular de Mallorca.¹⁶

La revista aborda dos blocs temàtics. Per una banda, el repte que suposa per a la nostra societat passar d'una economia depenent del petroli a una economia sostenible i neta. Des de les pàgines de la revista es facilita informació i recursos per a familiaritzar-se amb aquesta situació. Pel que fa a aquest aspecte, els temes més importants són els que a continuació assenyalam: bioconstrucció, energies renovables, transport sostenible, agricultura ecològica, accions per a posar fre al canvi climàtic, autosuficiència, entre d'altres.

Per altra banda, l'altre bloc temàtic fa referència al creixent nivell d'estrès i ansietat que afecta a la nostra societat. Així doncs, des de la revista es faciliten informació i recursos per a accedir a tècniques, pràctiques i filosofies que permetin trobar l'equilibri en mig del ritme frenètic que ens envolta. Els temes relacionat amb aquests bloc són els següents: alimentació sana i natural, exercici físic, contacte amb la natura, teràpies alternatives, salut integral, tècniques orientals, meditació, entre d'altres.

Per abordar aquest compromís amb el lector, la revista utilitza un enfocament holístic, és a dir, es parteix de la base de contemplar la realitat com a una totalitat. Per aquest motiu, els continguts van focalitzats a les diferents àrees d'interès de qualsevol persona: físic, emocional, mental i espiritual. A dia d'avui, la seva tirada és de 15.000 exemplars mensuals.

Del món empresarial vinculat al turisme, sense ànim de ser exhaustiu, apuntaria dues publicacions gratuïtes: *Gaceta Náutica* i *GE Excellence*.

El mes de juny de l'any 2002 sortí a la llum la revista mensual *Gaceta Náutica* i de la que ja s'han editat 106 números. S'edita íntegrament en llengua castellana per *Mallorca Press*. La seva directora és Elena Pipó, el redactor en cap és José Luis Miró, essent el seu coordinador Julio González.

La revista obri amb un plantejament editorial a través de la secció "Mar de fondo". L'actualitat del sector és abordada a la secció "Primer plano" en la que es combina informació amb opinió. La resta de les seccions és informació especialitzada en vela, piragüisme, patrimoni nàutic, medi ambient, ports i empreses, productes i novetats del sector nàutic.

L'any 2001 va néixer la revista *Gran Empresa & Golf* que es transformà en el seu número 100 de setembre de 2010 en *GE Excellence*. El subtítol ens indica el seu tarannà i objectiu: *Empresa, Turismo y Deporte*. S'edita en dues llengües, la castellana i l'alemanya. L'editorial

¹⁶ <http://www.revistanamaste.com/acerca-de-namaste/>, data de consulta [5 d'abril de 2011].

del número de novembre de 2010 signada per la cap de redacció de la revista, María Pineda Lázaro, commemorà el 10è aniversari de la publicació en els termes que a continuació reproduïm:¹⁷

Gran Empresa lleva ya una década junto a vosotros, intentando daros cada mes la última información sobre las empresas y los temas que más os interesan. Diez años en los que todos hemos crecido juntos, vivido los cambios políticos, económicos y sociales que ha experimentado Mallorca desde el 2001.

Muchas cosas han pasado desde entonces. El cambio de siglo ha puesto frente a nosotros nuevos retos profesionales y personales; y desde esta publicación hemos intentado estar en cada uno de ellos para contarte de una manera profesional y cercana como te afectan y qué soluciones puedes tomar para hacer de estos tiempos de dificultades una etapa de crecimiento personal.

Gran Empresa se ha distinguido siempre por tener presente de un modo especial a los empresarios, a las personas que con su iniciativa, visión y trabajo diario ayudan a cada jornada a activar la economía y crear riqueza.

Desde esta publicación, os hemos dado diferentes consejos para reinventar las formas de trabajo, aplicar las últimas técnicas en motivación y gestión de equipos, hemos dado las claves para entender un poco más los principales motores de la economía balear, siendo conscientes del importante papel que tienen los empresarios en este nuevo escenario económico.

Un mes más, os animo a que sigáis adelante porque cada camino emprendido, cada hora dedicada no sólo da forma a una economía y levanta empresas; sino que con figura una sociedad. Tenemos ante nosotros un final de año difícil, trabajemos más concienciados que nunca y siendo conscientes de que de los baches se sale antes con esfuerzo y trabajo en equipo.

L'staff de l'empresa periodística de la revista és el següent: Rafal Company, editor; María Pineda Lázaro, cap de redacció; Bettina Newmann, autora de les traduccions a l'alemany; Eduardo de la Fuente, Ignacio Perea, Jesús Peña i Bàrbara Company, com a col·laboradors; Antonio Daviu, director comercial; Christian Bonet Suñer, disseny i maquetació; i, finalment, com a responsable de distribució, Sergei Pushkarev.

La revista no té seccions fixes, però si que apareix un editorial on la revista es posiciona sobre un tema concret que afecta al món empresarial balear. Els gèneres periodístics que es combinen són l'entrevista, el reportatge i la notícia, tot plegat abraçant els temes següents: economia, nutrició, golf, pàdel i actualitat de l'empresa.

L'agost de 1999 aparegué la primera publicació gratuïta mensual en el món universitari, *L'Hiperbòlic*. El seu públic objectiu és el col·lectiu universitari: professors, alumnes i personal d'administració i serveis de la Universitat de les Illes Balears.

L'agenda cultural de les Illes Balears pot ser estudiada a través de la publicació mensual gratuïta *Youthing*. Es tracta d'una petita revista en blanc i negre dirigida per Gabriel Quetglas i redactada per una xarxa de col·laboradors externs. El seu punt de distribució, bars i locals nocturns, condiona el seu públic que se situa entre les quinze i vint mil persones que assisteixen al menys a tres actes culturals al mes, i de fet coincideixen en la seva tirada de 10.000 exemplars.

¹⁷ PINEDA LÁZARO, M.: "Editorial: Una década junto a vosotros", *GE Excellence*, núm. 101, p. 4.

Conclusions

La consolidació d'una xarxa de premsa gratuïta a les Illes Balears s'ha produït en el primer decenni de segle XXI. Aquesta xarxa la conformen tant premsa d'informació general com premsa especialitzada. Pel que fa a la periodicitat també és variada, des del diari *ADN* a la publicació trimestral *BalearNostrum*.

La premsa gratuïta d'informació general presenta una simbiosi entre dos models de seccionament dels seus contingut. Per una banda, el model que estableix els criteris tradicionals de la premsa de pagament, el temàtic i el geogràfic, amb una denominació fixa de les seccions i un ordre d'aparició regular. I, per altra banda, el model alternatiu basat en el criteri d'actualitat i no pas el temàtic. No existeixen àrees temàtiques fixes per a la nominació de les seccions i emprà criteris com el sensacionalisme i l'impacte emocional. Aquest darrer model apareix amb més freqüència en els especialitzats.

Des del punt de vista de la dimensió empresarial ens trobam des d'aquelles publicacions integrades o que pertanyen a grups de comunicació potents, com és el cas d'*ADN* (Grup Serra) i *Part Forana* (Grup Canal 4), fins a aquelles que no són empreses periodístiques, com és el cas de *Youthing*. Ara bé, l'èxit empresarial de gairebé totes elles recau en dos aspectes. En primer lloc, en la xarxa de corresponsals externs que cobren per peça escrita i publicada. I, en segon lloc, en la definició del seu públic objectiu i en la captació d'anunciants. De fet, a moltes d'aquestes empreses, la despesa de l'àrea comercial és molt més elevada que la de la redacció. Pel que fa a aquest darrer aspecte Piet Bakker, de la Universitat d'Amsterdam diu el següent: *Los dos aspectos clave que fundamentan el modelo de negocio de la prensa gratuita son la acción comercial y la distribución. A diferencia de otros medios, en los gratuitos los vendedores tienen que salir y ganarse a los clientes. Este tipo de prensa requiere apostar por una gestión de la venta; y esto queda reflejado en los presupuestos y en las plantillas de las empresas editoras, donde se observa un mayor peso dedicado a las acciones comerciales y distribución que en la labor periodística o de contenido*".¹⁸

18 VINYALS, M.: "Radiografía de...", p. 240.

