

# **La premsa local i comarcal i l'ACPC**

**Estudi realitzat per encàrrec de  
l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal**

**Amb el suport de la Fundació Bofill**

**Autors: Joan M. Corbella  
Carles Pont**

**Professors del Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual  
de la Universitat Pompeu Fabra**

**Barcelona, juny 2004**

# ÍNDEX

1. Presentació
2. Conclusions
  
3. Enquesta a les publicacions
  1. Anàlisi de resultats
  2. Resultats i observacions
  3. Qüestionaris

Annex: Resum de resultats (presentació en *power point*)

## 1. Presentació

Arran del Congrés de la Premsa Comarcal de 2004, l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC) va decidir realitzar un treball d'anàlisi de les opinions de les publicacions membres sobre el funcionament de l'associació, sobre les publicacions mateixes i sobre l'entorn en què realitzen la seva funció. Per a dur-lo a terme, ha comptat amb el suport econòmic de la Fundació Bofill.

La voluntat i el plantejament de l'ACPC era de fer un estudi amb el màxim rigor i profunditat possibles, per poder obtenir el màxim d'informació i elements de judici per a afrontar els propers anys de la premsa comarcal i de l'associació amb el màxim profit. Per això, van dissenyar un mètode de treball en tres etapes, que es poden resumir en: 1) enquesta als socis; 2) anàlisi extern dels resultats, i 3) debat obert sobre les conclusions.

En la primera fase, l'ACPC va preparar dos qüestionaris diferents, adaptats a les realitats respectives, que es van trametre als col·lectius de diaris i setmanaris un, i l'altre a les revistes de periodicitat superior. El nivell de resposta ha estat superior al 80% en tots dos casos.

En la segona fase, els qüestionaris contestats van ser lliurats a analistes de la Universitat Pompeu Fabra, amb l'encàrrec de fer un estudi de les respostes -quantitatiu i, sobretot, qualitatiu- i plantejar les conclusions en el marc del Congrés de la premsa comarcal.

La tercera fase, ja dins el Congrés, consistia en obrir el debat col·lectiu entre els socis per a corroborar, afinar o perfilar les conclusions de l'anàlisi externa, amb la intenció de plantejar les línies d'actuació que l'associació ha de seguir en el futur.

En les pàgines d'aquest informe es presenten els resultats de l'anàlisi de l'enquesta i les conclusions, a partir d'aquestes tres fases de treball.

Joan M. Corbella  
Carles Pont

Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual  
Universitat Pompeu Fabra

## **2. La premsa comarcal i l'ACPC: idees centrals i conclusions**

### **IDEES CENTRALS A PARTIR DE L'ENQUESTA**

#### **A. SOBRE L'ASSOCIACIÓ**

##### **1. Interessa ser membre de l'ACPC i que existeixi l'associació**

Sobretot per part de les publicacions més petites, però també una bona part de les grans s'identifica amb aquesta idea.

- a. Es manté vigent el concepte "premsa local i comarcal", perfectament reconegut i acceptat per la societat, per comparació amb altres tipus de premsa
- b. Les publicacions tenen molt interioritzat el sentiment de pertanyença a aquest col·lectiu
- c. L'ACPC és un instrument necessari per a donar projecció pública a la premsa local i comarcal
- d. L'ACPC permet tenir força a la premsa comarcal, que individualment no s'assoliria: per al reconeixement social, per a entendre's amb les administracions públiques, etc.
- e. L'ACPC permet disposar de serveis i oportunitats que d'altra manera serien inabastables per a moltes publicacions

##### **2. Principals problemes a resoldre sobre l'Associació**

- a. La diversitat tan gran de publicacions (en tots els sentits), és un problema per al bon funcionament
- b. Cal per possibles els projectes comuns i les col·laboracions entre publicacions equiparables
- c. És necessària la flexibilitat (no obligatorietat) per a participar en operacions conjuntes de les publicacions dins l'ACPC
- d. La projecció exterior de la premsa comarcal, és encara una assignatura pendent
- e. Cal aconseguir més atenció per part de les autoritats públiques
- f. S'apunta la possibilitat de crear delegacions territorials, per a facilitar el contacte entre els membres de l'ACPC

### **3. Prestació de serveis a publicacions poc resoltes, o que cal millorar**

- a. Cal millorar la captació de publicitat per a les revistes (més volum, millor estructura comercial, més diversitat d'anunciants). És el més reclamat
  - b. Cal oferir serveis periodístics a les publicacions (reclamació de les més petites)
  - c. Cal oferir més serveis de formació
  - d. Cal oferir més ofertes i avantatges per a les publicacions
  - e. L'ús de la web de l'ACPC és encara molt escàs
  - f. Iniciatives com "El Còmic" són vistes positivament, però usades per una minoria, per manca d'adequació a les pròpies revistes
- Cal millorar els mecanismes de relació: butlletí, web

### **4. Sobre la participació dels associats**

- a. La participació en projectes col·lectius i el contacte entre els membres estan entre els valors principals de l'existència de l'ACPC
- b. Es reconeix una participació baixa en les activitats de l'ACPC per part d'un nombre molt elevat de publicacions petites (per motius de temps, distància i disponibilitat de col·laboradors, no per manca d'interès)
- c. La participació en les activitats de l'ACPC no és molt superior en el cas dels diaris i setmanaris
- d. Hi ha molt poca disponibilitat per a participar en comissions de treball i assumir altres responsabilitats dins l'ACPC, per part de les petites publicacions

### **5. Altres suggeriments generals sobre l'associació**

- a. Per a alguns setmanaris, cal més coordinació amb altres associacions de premsa en català, especialment amb l'APPEC
- b. Cal fomentar la presència de la premsa local i comarcal en la societat, especialment a través dels grans mitjans de comunicació

## **B. SOBRE ELS AJUTS DE LES INSTITUCIONS PÚBLIQUES**

### **6. Els ajuts públics, insuficients**

- a. Els ajuts són considerats insuficients per una gran majoria
- b. Els editors professionals són conscients que no han de ser la clau
- c. Els editors de publicacions petites veuen en els ajuts econòmics un element fonamental per a la supervivència

## **C. SOBRE LES PUBLICACIONS**

### **7. Sobre la personalitat jurídica**

- a. Predomina les figures empresarials entre els editors de diaris i setmanaris, però entre els setmanaris es mantenen algunes entitats sense afany de lucre (un terç)
- b. Són hegemòniques les entitats sense afany de lucre entre les publicacions petites (més del 70%), algunes de les quals tenen la revista com una activitat més
- c. Hi ha publicacions dependents de parròquies i entitats catòliques
- d. L'ACPC inclou un petit nombre de publicacions vinculades a ajuntaments (tres)

### **8. Sobre la realització d'altres activitats per part dels editors**

- a. Diaris i setmanaris: la immensa majoria estan oberts a realitzar altres activitats comunicatives: edició d'altres publicacions de pagament o gratuïtes, publicitat, serveis d'edició per a tercers, serveis d'impremta o televisió local, i en menor mesura ràdio
- b. Alhora, una bona part són contraris a realitzar algunes d'aquestes activitats. Les que generen més rebuig són: editar gratuïts, fer ràdio, televisió i altres publicacions de pagament
- c. Altres revistes: majoritàriament no realitzen altres activitats comunicatives, però una quarta part ho fan regularment o esporàdica. Sobretot editar llibres, CD o participar a la ràdio local
- d. En canvi, un tercera part realitza altres activitats cultural (conferències, exposicions, certàmens literaris, festes populars, etc.)

### **9. Sobre la captació de publicitat i subscripcions**

- a. La majoria dels diaris i setmanaris disposen de mitjans professionals per a realitzar aquestes funcions. Només els setmanaris menys professionals tenen llacunes en aquest punt
- b. La majoria de les revistes d'altra periodicitat no disposen de serveis professionals per a realitzar aquestes funcions. Una gran part addueixen que per a les seves necessitats i possibilitats, la publicitat i els subscriptors s'obtenen per vies de relació directa

## 10. Sobre el futur de les publicacions i la capacitat de relleu dels qui fan les publicacions

- a. La majoria dels diaris i setmanaris veuen el futur amb tranquil.litat (bé o estable), però una tercera part (tots setmanaris) el veuen amb dificultats.
- b. En les publicacions d'altra periodicitat, el 40% veu el futur amb tranquil.litat, un la meitat amb incerteses, i un 10% problemàtic.
- c. Les causes de les dificultats i amenaces al futur són, sobretot, per als diaris i setmanaris:
  - i. l'augment dels costos
  - ii. la crisi de la premsa de pagament
  - iii. el baix índex de lectura (sobretot entre els joves)
  - iv. l'envelliment dels lectors
  - v. l'augment de la competència (sobretot els gratuïts, però no els de petites anuncis)
  - vi. les dificultats per aconseguir ingressos per publicitat
- d. Les causes de les dificultats són, sobretot, per a les altres revistes:
  - i. els problemes econòmics
  - ii. la manca de subvencions
  - iii. la manca de lectors
  - iv. la manca de col.laboradors
- e. La continuïtat de les publicacions en cas de necessitar un relleu dels qui les fan no és un problema en les que tenen estructura empresarial; en les publicacions d'entitats sense afany de lucre, prop de la meitat ho veuen problemàtic
- f. La professionalització o semiprofessionalització de les revistes petites se l'ha plantejat una tercera part, un 20% diuen que no és possible i un 40% ni s'ho han plantejat

## 11. La competència de la premsa gratuïta

- a. Hi ha divisió d'opinions sobre l'impacte en la premsa comarcal de l'aparició de la premsa gratuïta. Per a alguns és una amenaça clara, mentre que en l'altre extrem n'hi ha moltes que no tenen aquesta competència en les seves àrees.
- b. En tot cas, però, el principal problema rau en la captació de publicitat, però no en la seva capacitat de competir informativament.
- c. Alhora, s'afegeix com a problemàtica la competència de publicacions editades pels ajuntaments

## D. CONSTATACIÓ FINAL

### Dins l'ACPC conviuen dos grans tipus de premsa local i comarcal

a) D'una banda, les publicacions editades per empreses periodístiques, que demanen un plantejament a l'ACPC de suport i promoció de les iniciatives que permetin reforçar el producte periodístic que ofereixen.

b) De l'altra, les publicacions d'entitats culturals, vinculades a l'objectiu de la promoció, l'activisme i la dinamització cultural, des del seu camp de la informació. Aquestes publicacions necessiten sobretot que l'ACPC impulsi la força col·lectiva de la premsa local i comarcal, en imatge pública, suport institucional i prestació de serveis als membres.

Aquesta dualitat es reflecteix al llarg de l'enquesta en diversos aspectes, dels quals destaquem:

- Orientació de les activitats pròpies (la informació i els mitjans per a uns, la dinamització cultural en els altres)
- Disponibilitat de mitjans per a captar publicitat i subscripcions
- Valoració sobre la importància dels ajuts de les administracions públiques
- Valoració i demandes sobre les activitats que realitza l'ACPC.



## **IDEES CENTRALS DE LA SESSIÓ DE TREBALL DEL CONGRÉS**

La sessió de treball del Congrés destinada a la presentació de l'estudi i la seva discussió col·lectiva, va generar un nombre molt elevat d'intervencions, que matisen i enriqueixen les conclusions de l'anàlisi de l'enquesta als editors. Les agrupem a partir dels principals temes que es van plantejar.

### **1. Sobre la diversitat de publicacions al si de l'ACPC**

- Hi ha una heterogeneïtat molt gran de publicacions a l'associació: segons models periodístics, tipus de productes, necessitats per a realitzar l'activitat
- Les petites publicacions i les grans són realitats diferents, amb interessos diferents, i les petites han tret més profit de la relació amb les grans
- La distinció al si de l'ACPC no és tan per periodicitat com per la vocació empresarial
- A l'ACPC hi ha publicacions que són essencialment activistes culturals, i per idiosincràcia no volen semiprofessionalitzar-se
- Una línia de distinció està en l'ús de rotatives o màquina plana, ja que això evidencia unes estructures i realitats o unes altres
- La divisió és sobretot entre els que tenen nòmines per pagar i els que no: si hi ha objectius empresarials o culturals
- La divisió pot ser també entre estructures professionals i estructures de voluntariat

### **2. Sobre cop tractar al si de l'ACPC la diversitat**

- Cal donar respostes adequades als diferents col·lectius que integren l'associació
- Hi ha un abisme enorme entre publicacions al si de l'ACPC, i les petites no se senten representades, malgrat que l'ACPC els ajuda molt
- No hi ha voluntat de trencament al si de l'ACPC, però cal aclarir on és cadascú
- És impossible que tot el que fa l'ACPC serveixi a tothom, per les diferències existents, fa anys que se sap i no s'ha trobat la solució

### **3. Sobre els serveis de l'ACPC als seus membres i la gestió dels serveis**

- Calen més accions per a la comercialització de les publicacions
- Cal sumar més esforços: potser ampliar la central de compres a les altres associacions de premsa en català
- Es pot pensar en un club del subscriptor conjunt per a totes les publicacions. Es planteja la possibilitat de fer-lo sectorialitzat: un per a setmanaris i un altre per a la resta
- Es pot crear un banc de continguts redaccionals a disposició dels associats
- L'ACPC es va crear per a compartir experiències, però en els congressos no es parla mai de les experiències d'uns i altres, per poder-ne treure profit
- L'associació està al servei de les publicacions, però els ha de fer la feina: no ha de fer clubs del subscriptor, sinó representar els editors
- Les activitats i serveis concrets s'han de definir amb criteris de proporcionalitat, a l'hora de decidir si s'han d'engegar o no
- L'ACPC ha de funcionar, quan convingui, sectorialment: El Còmic n'és un bon exemple, adreçat a un tipus de publicacions només
- L'ACPC no disposa d'estructura suficient per a poder sectorialitzar, personal adequat i en nombre suficient
- Potser seria interessant externalitzar alguna de les actuacions de l'ACPC

### **4. Sobre la presència pública i la projecció de la premsa comarcal**

- Cal treballar més la presència pública col·lectiva de la premsa comarcal
- Cal establir col·laboració amb altres associacions per a plantejar conjuntament solucions a la crisi de lectors
- Iniciatives com la Fira de les revistes de l'APPEC poden ser interessants per a la projecció exterior

### **5. Sobre els serveis compartits entre editors**

- És difícil compartir serveis entre editors: els diaris i setmanaris són alhora companys i competidors
- La central de compres i les tarifes conjuntes de publicitat no han funcionat perquè es editors defensen la seva parcel·la i costa arribar a projectes comuns viables (i possibles).

## 6. Sobre el futur de l'ACPC

- De cara al futur, més enllà de les activitats concretes, es podria agrupar unes publicacions a l'associació i les altres a la fundació
- La Junta de l'ACPC podria reunir representats de tots els estaments i algú extern i en el termini d'un any fer una proposta de renovació del funcionament
- Es pot recórrer també a una consultoria externa, per tal que faci un estudi de viabilitat i de les sortides possibles, i que l'assemblea de l'any vinent aprovi la reforma (hi ha algunes veus crítiques amb l'assessoria externa, per l'experiència ja viscuda)
- Cal reflexionar també sobre el compromís de cadascú amb l'associació, atesa la baixa participació. Cal més capacitat de sacrifici dels editors amb l'associació, i que tothom participi algun cop a la Junta
- Un dels aspectes clau en la reforma de l'ACPC és decidir amb quins criteris s'articula la diversitat al si de l'associació

**ENQUESTA**

**A LES PUBLICACIONS  
MEMBRES DE**

**L'ASSOCIACIÓ CATALANA  
DE LA PREMSA COMARCAL**

# ENQUESTA A LES PUBLICACIONS:

## 1. Anàlisi dels resultats

### INTRODUCCIÓ

#### **Sobre els objectius de l'estudi**

Els objectius de l'estudi per mitjà d'enquestes als socis estaven clarament determinats: conèixer amb exhaustivitat l'estat d'opinió dels responsables de les publicacions membres sobre el funcionament i activitats de l'ACPC, així com de la seva pròpia activitat i del context en què les realitzen.

No es perseguia una anàlisi quantitativa simple, sinó que s'aspirava a detectar al màxim les idees que plantegen els associats. Per això es va optar per buscar sobretot una anàlisi qualitativa, que òbviament havia de basar-se en la quantificació de les respostes, però no havia de quedar-se en indicadors numèrics sinó endinsar-se en els arguments esgrimits pels editors per a sustentar les opinions.

#### **Sobre l'univers de l'enquesta**

La realització d'aquest estudi s'ha basat en una enquesta passada a tots els membres de l'ACPC, i els qui han volgut l'han contestat. No s'ha seguit, per tant, el mètode de seleccionar una mostra representativa dels diversos col·lectius que integren l'ACPC, sinó el de treballar amb la totalitat del cens.

Atès que han contestat un nombre molt elevat de publicacions (més del 80% en ambdues enquestes), el nivell de representativitat de l'estudi és molt alt, sobretot en tractar-se d'un treball més qualitatiu que no pas quantitatiu.

Amb tot, cal reconèixer que el mètode elegit sempre inclou un cert esbiaixament, ja que és habitual que en aquests estudis a tot el cens responguin sobretot els membres que se senten més vinculats a l'entitat. Però de cara a l'objectiu de conèixer els arguments i idees dels membres

aquest problema queda obviat, ja que els qui contesten són habitualment els qui tenen opinions més forjades sobre els temes de què es consulta.

### **Sobre els qüestionaris**

En coherència amb els objectius enunciats, l'Associació va dissenyar un qüestionari per a les revistes de periodicitat superior a setmanal, amb majoria de preguntes que permetien una resposta oberta, a fi i efecte que les persones que en nom de les revistes contestessin ho poguessin fer amb la màxima llibertat i exposant totes les idees que consideressin necessàries.

A partir d'aquest qüestionari, se'n va elaborar un altre específic per als diaris i setmanaris, en el qual es van introduir variacions: es van suprimir algunes qüestions que semblaven innecessàries per a aquest tipus de premsa, i a canvi se'n van introduir d'altres. Alhora, en algunes preguntes es va introduir unes categories bàsiques per a circumscriure la resposta, deixant oberta també la possibilitat d'introduir altres línies d'argumentació. Això es va fer per a facilitar la comparació directa dels resultats, atès que es tracta d'un col·lectiu més homogeni (relativament) que el de les revistes i això permetria aprofundir en l'estudi.

### **Sobre l'establiment de categories de respostes i el recull de les idees clau**

Per al processament de les respostes, en tractar-se de preguntes obertes i amb possibilitat —en la majoria dels casos— de formular més d'una idea, s'ha optat per establir unes categories principals que inclouen idees semblants, a partir de l'acumulació de vegades que eren esmentades. Tot i això, en alguns casos s'han mantingut categories significatives però amb un nivell escàs de mencions, ja que ajuda a explicar l'opinió col·lectiva sobre el tema.

Al mateix temps, en un segon nivell s'han inclòs altres idees clau sobre el tema de la pregunta, quan això permetia enriquir el ventall d'opinions formulades, tenint en compte el caràcter qualitatiu de l'anàlisi. Aquestes idees clau s'han intentat resumir al màxim, respectant el sentit expressat per aquells qui les han formulat però buscant una síntesi que faci possible una lectura global dels resultats.

Finalment, quan s'ha considerat adequat, s'han inclòs alguns comentaris al final de cada pregunta, ja sigui comparant els resultats de dues preguntes relacionades o exposant algunes consideracions que apareixen en l'enquesta i no queden prou reflectides en les taules de resultats.

Pel que fa a la interpretació de les respostes, de cara a ubicar-les en les categories, s'ha intentat respectar en tot moment els matisos introduïts per les publicacions (per això la relació d'idees clau), però en els casos que no tenien cabuda en cap de les més genèriques s'ha preferit augmentar la relació, encara que sigui amb una sola menció. Això no obstant, hi ha hagut respostes impossibles de classificar pel seu caràcter excessivament vague, i llavors s'ha indicat en l'apartat "no sap/no contesta".

## **Sobre la profunditat en la interpretació dels resultats**

Cal assenyalar encara una última qüestió. Era tècnicament possible fer una anàlisi més profunda, creuant i relacionant les respostes en diverses preguntes, o distingint entre les publicacions mensuals, bimestrals i trimestrals.

Però l'exploració de les respostes ens va fer veure que s'aconseguirien uns resultats molt poc diferenciats, i que amb l'afany del matis podrien fer perdre la visió de l'opinió global, que és el més important en estudis qualitatius. A canvi, en l'exposició d'idees clau han estat possible recollir aquests matisos quan ha semblat adequat fer-ho.

Per aquest motiu, s'han presentat els resultats només en base als dos grans col·lectius: el de diaris i setmanaris per un costat, i el de les revistes d'altra periodicitat (quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals) per l'altre.

## RESULTATS PRINCIPALS

### 1a part: SOBRE L'ACPC

#### a) VALORACIÓ SOBRE L'ACPC

### QUÈ REPRESENTA L'ACPC

La necessitat d'estar integrat en l'ACPC és molt palesa en les dues enquestes, per bé que amb més claredat entre les revistes petites. Això es percep en els arguments més utilitzats:

- És natural formar-ne part, tot i que hi ha un petit nombre de publicacions que creuen que els aporta poc actualment, o que podria fer més coses.
- Respon a la necessitat de pertànyer a un col·lectiu ampli. "Cal fer pinya" és una expressió citada nombroses vegades, igual que "necessitat".
- És un instrument de representació del col·lectiu, de cara a l'exterior. Per això després se li demana que tingui la força que individualment no poden tenir per aconseguir un seguit d'avantatges.
- També és vista com a instrument que permet oferir una imatge de la importància de la premsa local i comarcal a Catalunya.
- És, en principi, un espai d'intercanvi d'experiències i de discussió dels problemes comuns. Amb tot, després resulta que un nombre molt important de publicacions no hi participen, especialment entre les més petites.
- Es valora també molt la capacitat de donar serveis i ajudar.
- En primera instància, són poques les publicacions que esmenten l'ACPC com a font de publicitat per a les revistes.

### RAONS PER A SER-NE MEMBRE

Aquesta pregunta matisa i complementa l'anterior, hi permet reforçar la visió que les publicacions tenen de l'ACPC:



- Hi ha una creença majoritària en la necessitat de pertànyer-hi, encara que se li facin retrets de funcionament: unir esforços és un argument àmpliament compartit. És el motiu principal.
- No hi ha dubtes que, en principi, estar associats reporta beneficis.
- El segon motiu per a ser-hi és el conjunt d'avantatges pràctics que se'n deriven: publicitat (amb queixes reiterades per l'escassetat), serveis, possibilitat d'intercanvis, assessorament, etc.

## OPINIÓ SOBRE EL FUNCIONAMENT ACTUAL DE L'ACPC

En aquesta pregunta, hi ha diferències notòries entre el col·lectiu de diaris i setmanaris i la resta de publicacions membres:

Entre els primers la satisfacció és moderada (la meitat la valoren bé o molt bé, i l'altre meitat consideren que hi ha un funcionament deficient o indiquen que hi ha mancances o s'han de canviar coses.

Entre les revistes mensuals, bimestrals i trimestrals, una àmplia majoria (¾ parts) consideren que el funcionament és correcte o molt correcte, i una minoria molt exigua fan una valoració negativa.

Uns i altres, en nombre reduït però significatiu i semblant, esmenten la gestió de la publicitat i la necessitat que les publicacions col·laborin més amb l'ACPC.

Des de la perspectiva dels **SETMANARIS I DIARIS** les idees clau són:

- el principal problema és la gran diversitat de publicacions que reuneix l'ACPC.
- No s'han de buscar actuacions per a tots alhora, atesa la diversitat; cal que s'adapti més a cada tipus de publicacions
- Li costa adaptar-se a les necessitats actuals i als canvis
- Hauria de ser més una "patronal" o associació d'editors i no tant un "club"
- No ha projectat prou una imatge potent cara enfora de la premsa comarcal, i no l'ha defensat prou davant les Administracions Públiques.

Des de la perspectiva de les publicacions **MENSUALS, BIMESTRALS I TRIMESTRALS**, les idees clau són:

- Les queixes sobre la publicitat
- La necessitat que hi hagi més contacte entre la Junta i els associats
- La necessitat de millorar la projecció exterior de la premsa local i comarcal

## QUÈ HI TROBEN A FALTAR?

En aquesta pregunta, els qüestionaris subministrats en les dues enquestes diferien: als diaris i setmanaris, a més de la possibilitat de resposta oberta, se'ls preguntava sobre alguns punts concrets. A les altres publicacions, la pregunta era totalment oberta.

### **\*\*\*\* DIARIS I SETMANARIS \*\*\*\***

Sobretot, es troben a faltar:

- Projectes comuns i col.laboracions entre publicacions equiparables.
- Col.laboració amb l'APPEC (molt menys amb l'associació de premsa gratuïta, amb qui hi ha menys editors interessats a col.laborar).
- Per a una petita part, també més flexibilitat per intervenir o no en operacions conjuntes.

### **\*\*\*\* REVISTES D'ALTRA PERIODICITAT \*\*\*\***

Més d'una tercera part no contesten, no hi troben a faltar res o no concreten. Per la resta, les idees més mencionades són:

- Més publicitat (que també ho apunten alguns dels setmanaris, amb idees com un comercial a Barcelona per captar publicitat per a les revistes, o inclús una agència pròpia) i específica per a les revistes petites. És clarament la reclamació principal.
- Materials per a publicar en les revistes (també ho apunten alguns dels setmanaris), rodes de premsa i en general.
- Més serveis de tot tipus: informació, cursos, ofertes, etc.
- Millor el contacte: butlletins, web, etc.
- També s'apunta la possibilitat de crear delegacions territorials, per facilitar el contacte entre publicacions de la mateixa demarcació.

## **b) PARTICIPACIÓ EN LES ACTIVITATS DE L'ACPC**

(Nota: En aquesta part, la majoria de les preguntes van ser diferents en les dues enquestes; per això, aquí distingim els tres blocs)

### **\*\* Preguntes per a les revistes d'altra periodicitat**

## **SEGUIMENT DE LES ACTIVITATS**

Aquesta pregunta i la següent no es va incloure en el qüestionari als setmanaris i diaris. El resultat –aquí cal recordar que un 15% de les publicacions no van respondre l'enquesta- va donar pràcticament un repartiment a terços entre els que sí, els que no i els que no massa.

Això mostra clarament una de les realitats de les petites revistes: hi ha un interès gran a estar associats, se li demanen més serveis i actuacions, però després no es pot seguir la vida habitual de l'ACPC.

## **PARTICIPACIÓ EN COMISSIONS DE TREBALL**

Aquesta debilitat de participació és encara més visible amb aquest pregunta. El 70% de les revistes que han contesta l'enquesta es manifesten en sentit negatiu, per motius de manca de gent, de temps o per la distància que haurien de recórrer.

Per contra, només un 15% diuen que sí, un altre 15% diuen que potser sí.

## **ÚS DE LA WEB i VALORACIÓ DEL CONTINGUT**

Aquest és un altre indicador de la capacitat de seguiment de l'ACPC per part dels associats. Malgrat la dispersió de resultats obtinguts entre les revistes, és visible que la majoria de les publicacions no hi entren pràcticament: entre els qui mai i algun cop representen més del 40%; un altre 40% hi entren menys d'un cop al mes, i menys del 20% hi entren sovint o molt sovint.

### **Valoració i millores que se suggereixen**

Són la immensa majoria els qui no contesten aquesta pregunta. Els qui ho fan, majoritàriament la valoren correctament, però aporten algunes idees per a millorar-la:

- Augmentar la informació sobre les publicacions
- Augmentar l'espai per a cadascuna, i la possibilitat d'autoadministrar-se l'espai.
- Establir enllaços directes amb les que tenen pàgina web pròpia
- Introduir textos per ser usats per les revistes
- Millorar la informació d'interès per als membres de l'ACPC

### **EL CÒMIC DE LA PREMSA COMARCAL**

Només el 40% de les revistes que han contesta l'enquesta distribueixen el Còmic amb la publicació.

La major part dels qui no el distribueixen és per diverses formes d'incompatibilitat: periodicitat, tipus de públic, format. Però d'altres apunten també a l'esforç econòmic que representa fer-ho. Finalment, altres no el coneixen o no els arriba.

En canvi, els qui el coneixen en tenen generalment una opinió bona o molt bona (60% dels qui contesten la pregunta) per només un 23% que el troben fluix o poc interessant (per massa modern, massa atapeït, massa específic).

### **CONEIXEMENT DE PUBLICACIONS NO MEMBRES DE L'ACPC**

Més de la meitat dels qui contesten la pregunta no en coneixen cap, la qual cosa pot ser un símptoma de l'aïllament que hi ha en una part de la premsa comarcal.

*\*\* Preguntes per a diaris i setmanaris*

## **EN QUINES ACTIVITATS PARTICIPEN**

El col·lectiu de diaris i setmanaris no participa més que la resta de publicacions en les activitats de l'ACPC.

Només en les assemblees i congressos participen més de la meitat, i amb menor participació hi ha la Fundació, les activitats de formació i la central de vendes.

Destaca el fet que sis de les publicacions (de 25) reconeixen que no participen en cap o quasi cap de les activitats.

## **COL.LABORACIÓ AMB ALTRES ASSOCIACIONS**

Destaca sobretot el fet que més de la meitat de les publicacions no responen a aquesta pregunta.

Els qui ho fan, apunten sobretot cap a la col·laboració que permeti enfortir la capacitat d'actuació davant les administracions públiques.

No hi ha, però, coincidència en la fórmula de col·laboració, més enllà del diàleg per aconseguir el resultat de la millor manera possible.

**\*\* Pregunta comuna per a totes les publicacions**

## **SATISFACCIÓ AMB ELS SERVEIS DE PUBLICITAT**

Aquesta pregunta, formulada en les dues enquestes, detecta una insatisfacció gran en tots els tipus de publicacions: els qui *no* estan satisfets i els qui *no massa* són majoria clara.

Les expressions més utilitzades són: ha baixat, n'hi hauria d'haver més, és molt poca, és insuficient.

Alhora, però, hi ha reaccions oposades: mentre alguns editors aposten per segmentar la publicitat segons les publicacions, altres es queixen que no tota arriba a tothom. Es tracta, però, d'opinions expressades per un nombre molt reduït d'editors, al costat de les queixes per l'escassetat.

D'altra banda, hi ha mencions a la necessitat d'explorar també la publicitat d'empreses i no només la institucional.

## **2a Part. SOBRE LES PUBLICACIONS**

### **PERSONALITAT JURIDICA**

Entre els diaris i setmanaris, predomina clarament la figura empresarial, ja sigui en forma de SL o SA, o de grup empresarial.

Només set (del total) són associacions sense finalitat de lucre (1 fundació, i parròquia i 5 associacions culturals).

Del col·lectiu de revistes d'altra periodicitat, la immensa majoria tenen la forma d'associacions culturals (més del 70%), mentre que només un 6% són empreses.

Cal afegir que n'hi ha algunes (3) que estan vinculades directament a ajuntaments, en formes diverses.

### **Registre de la capçalera**

Entre les publicacions de periodicitat mensual, bimestral o trimestral, destaca el fet que gairebé la meitat dels qui contesten (48%) no tenen registrada la capçalera, i un 12% no ho saben de cert.

### **REALITZACIÓ D'ALTRES ACTIVITATS**

Per les seves característiques, es van fer preguntes diferents a diaris/setmanaris i revistes d'altra periodicitat.

#### **\*\*\*\* DIARIS I SETMANARIS \*\*\*\***

Només tres publicacions no fan cap altra activitat, la resta han obert el seu camp d'actuació.

Les més realitzades són: Prestació de serveis publicitaris, edició de pàgines web (no s'especifica si és la pròpia), i serveis d'edició o impremta.

És important assenyalar que una tercera part dels editors de diaris o setmanaris editen altres publicacions de pagament (8), publicacions gratuïtes (7) o estan a la televisió local (7). Una mica menys (5) participen en la ràdio.

Per contra, no tenen interès a entrar en l'edició de gratuïts un bon nombre d'ells (9), ni fer ràdio (9), televisió (8), altres publicacions de pagament (7) o pàgines web (7).

Però si se suma els qui ja ho fan i els qui ho voldrien fer, més de la meitat es decanten per serveis publicitaris (15), webs (14), i edició de premsa de pagament (10) o gratuïta (10).

La màxima oposició és a fer ràdio (10), seguida de gratuïts (8) i altres publicacions de pagament (7) i televisió (6).

#### **\*\*\*\* PUBLICACIONS D'ALTRA PERIODICITAT \*\*\*\***

Com és lògic, en aquest segment són molt menys les entitats que fan altres activitats relacionades amb l'edició de mitjans. Això no obstant, una quarta part (21) fan amb més o menys regularitat edició de llibres, CD, participació a la ràdio, etc.

Per contra, la seva vitalitat s'expressa en la realització d'altres activitat culturals. Una tercera part (27) fan organitzen col.loquis, conferències, exposicions i activitats semblants, i 8 organitzen certàmens o premis literaris. O festes populars (7).

Es manifesta així clarament el caràcter d'entitats dinamitzadores de la cultura al nivell locals i comarcal d'aquestes entitats.

#### *Web pròpia*

El 60 % de les revistes mensuals, bimestrals o trimestrals no disposen de web pròpia, per un 32% que sí i un 9% que l'estan construint.

Els continguts que inclou són majoritàriament el darrer número o els números anteriors, ja sigui íntegrament o els articles més destacats, però d'altres inclouen també notícies d'actualitat o espais de participació social (enquestes, concursos).

## **CAPTACIÓ DE PUBLICITAT**

També en aquest punt hi ha diferències molt notòries entre els dos tipus de publicacions.



Com és lògic, entre els diaris i setmanaris, la immensa majoria utilitzen serveis professionals (sobretot departament comercial propi, però alguns també serveis exclusivistes o agents lliures).

Només una tercera part ho fan per mitjà de col.laboradors o altres formes d'actuació directa des del setmanari.

En el cas de les revistes d'altra periodicitat, en canvi, el problema de la captació de publicitat es viu d'una altra manera: mentre 16 revistes utilitzen serveis d'agents remunerats o d'agències, la gran majoria (34) ho fan per contactes directes de membres de la revista, voluntaris, o com diuen alguns "com poden".

Amb tot, molts assenyalen que no han d'anar a buscar-ne ja que arriba per tradició, o pel fet que sempre són els mateixos anunciants.

## **CAPTACIÓ DE SUBSCRIPTORS**

### **\*\*\*\* DIARIS I SETMANARIS \*\*\*\***

Altre cop apareix la diferència clara entre els dos estaments. La majoria dels diaris i setmanaris usen fórmules professionals (departament propi, agents, promocions, clubs del subscriptor), mentre que són molt pocs (5) els qui indiquen que no fan cap actuació concreta per a captar-los.

Alhora, la meitat dels editors disposen de fórmules tipus "club del subscriptor" com a forma de suport.

Igualment, més de la meitat fan campanyes de promoció de la revista (14) habitualment i sis més ocasionalment, mentre 5 no ho fan mai o quasi mai.

### **\*\*\*\* REVISTES D'ALTRA PERIODICITAT \*\*\*\***

La captació de subscriptors es fa amb mitjans molt diversos, la majoria de caràcter no professional, com és lògic. Les formes més citades són les del contacte personal (32), en actes i fires populars, o a través de les associacions a les quals pertanyen.

Una bona part (13) no fan cap acció per a promoure les subscripcions.

Per contra, només sis fan campanyes puntuals, ofertes i promocions diverses (8), o per serveis professionals de telemarquèting o agents remunerats.

### *Vies per a obtenir més recursos*

A les revistes se'ls va preguntar també com ho feien per obtenir més recursos. L'ambigüitat de la pregunta va portar a que algunes revistes contestessin genèricament que amb publicitat (19) vendes i subscripcions (8), subvencions (30) o a través dels ajuntaments (8).

A banda d'això, les vies concretes per augmentar els recursos són molt variades: augmentant quotes o subscripcions, fent festes i sorteigs, venent altres productes culturals, o reforçant la publicitat, així com reduint els costos.

## **RELLEU GENERACIONAL**

També aquí hi ha diferències entre les publicacions.

Entre els diaris i setmanaris professionals aquest problema no hi és, lògicament, mentre que en els editats per entitats sense afany de lucre hi ha divisió: mentre quatre reconeixen que no n'hi ha, quatre més diuen que sí, però no de forma categòrica.

Entre les revistes d'altra periodicitat, en canvi, es dona tota la casuística possible: Entre els qui no s'ho han de plantejar per ara i els qui el veuen clar o força clar sumen més del 40%, mentre que els qui hi veuen un problema ja que el relleu és dubtós són un 30%.

Finalment, un 27% reconeixen que el relleu és un problema, ja que no hi ha relleu o n'hi ha molt poc.

## **VISIÓ DEL FUTUR**

### **\*\*\*\* DIARIS I SETMANARIS \*\*\*\***

La majoria (15) veuen el futur de la publicació amb optimisme, o amb un horitzó d'estabilitat o sense massa problemes. Per contra, són pocs (7) els qui ho venen fosc o amb incertesa.

Les causes de les dificultats:

- l'augment de costos
- la crisi de la premsa de pagament
- la poca lectura
- l'envelliment dels lectors

- l'augment de la competència dels altres mitjans (sobretot els gratuïts, però també la ràdio i la televisió)
- les dificultats publicitàries

**\*\*\*\* REVISTES D'ALTRA PERIODICITAT \*\*\*\***

També aquí l'optimisme abunda, ja que un 40% el veu amb optimisme o estabilitat, però els dubtes són presents en una gran part de les revistes: entre els qui veuen un futur regular i incert o difícil sumen prop de la meitat de les revistes (48%). En canvi, el futur negre només el veu un 11% de les revistes.

Causes de les dificultats:

- els problemes econòmics
- la manca de subvencions
- la manca de lectors
- la manca de col.laboradors

## **OPINIONS SOBRE LA PREMSA GRATUÏTA**

**\*\*\*\* DIARIS I SETMANARIS \*\*\*\***

Hi ha una diversitat de respostes notable, que ha dificultat establir unes categories de valoració. Amb tot, però, es pot resumir que la meitat de les publicacions consideren que l'existència dels gratuïts els afecta poc o molt, mentre que només sis consideren que no és un problema per a ells. Cal dir que hi ha 4 setmanaris que no consideren que els afecti en la seva zona.

Entre les principals idees apuntades, destaquen:

- Afecta publicitàriament però no en la informació
- Les publicacions dels ajuntaments són també un problema
- La competència dels gratuïts esperona (i algú afegeix que per això cal fer-ne)

Aquestes idees són compartides per una bona part de les revistes d'altra periodicitat.

**\*\*\*\* REVISTES D'ALTRA PERIODICITAT \*\*\*\***

També aquí les opinions són per a tots els gustos i no es pot establir una idea clara de l'opinió majoritària de les publicacions.

Per a alguns pot ajudar a crear hàbits de lectura , amplia les possibilitats d'informació, i no competeix amb la funció informativa de la premsa comarcal.

Per a d'altres, en proporciona semblants, genera perjudicis publicitaris, és una competència negativa, i té poc valor ja que es tracta de publicitat i prou.

**\*\* Preguntes específiques per a revistes d'altra periodicitat**

## **COMPARTIR EXPERIÈNCIES AMB ALTRES PUBLICACIONS**

La major part de les publicacions tenen poc contacte amb altres, malgrat la necessitat i interès que es detectava en les primeres preguntes.

La majoria (53%) no ho fan, un 16% només ocasionalment i un altre 4% ho havien fet però ara no.

Davant d'aquestes xifres, només un 27% afirmen tenir col.laboracions amb altres, encara que en alguns casos es limita a l'intercanvi d'exemplars.

## **IDEES PER A POTENCIAR LES REVISTES**

A aquesta pregunta no responen, o no en proposen cap la majoria dels editors (54 en total). Això no obstant, s'apunten algunes idees que cal ressenyar:

- Obtenir més publicitat institucional o d'empreses o més recursos econòmics en general
- Fer promoció en els mitjans de comunicació més grans
- Fer més pressió a les institucions públiques per obtenir major reconeixement
- Realitzar fires, com altres associacions de premsa en català
- Influir en els ajuntaments per tal que no facin premsa pròpia i potenciïn la independent

## PROFESIONALITZACIÓ I SEMIPROFESIONALITZACIÓ

Es preguntava en l'enquesta si s'havien plantejat mai la professionalització o semiprofesionalització de la publicació. Ha generat respostes molt repartides.

Més enllà dels qui ja ho són (8%), una tercera part s'ho han plantejat d'una forma o una altra (del tot o semi), però un 40% manifesten que no s'ho han plantejat. Però hi ha una tercera resposta, la del 19% que diuen que no és viable.

Destaca també que mentre per a alguns és l'opció a seguir, altres la consideren totalment rebutjable pel caràcter d'aquestes publicacions.

### *\*\* Preguntes específiques per a diaris i setmanaris*

## PRINCIPALS AMENACES PER A LA SUPERVIVÈNCIA

En el qüestionari subministrat es preguntava sobre diversos factors possibles d'amenaça, que en síntesi van obtenir les valoracions següents:

- la premsa gratuïta d'informació és una amenaça per a força editors (10), i més que la de petits anuncis (que majoritàriament no és una amenaça)
- La falta d'interès dels joves per la lectura, si és una amenaça per a la meitat dels editors (12)
- la premsa d'abast superior no és vista com una amenaça, de forma majoritària (13 no)
- Internet tampoc és percebut com un perill (11 no)
- La mobilitat laboral de la població tampoc no ho és (11)
- L'arribada de població aliena al territori, ho és només per a una part dels editors (7 si, 10 no)
- La falta d'interès pels temes locals no és una amenaça, de forma majoritària (10 no).

## PERFIL I CANVIS DE PERFIL DELS LECTORS

Malgrat la diversitat de respostes, que fan impossible establir un perfil tipus dels lectors dels diaris i setmanaris, a la vista de les idees expressades es poden intuir algunes característiques, poques i amb certa cautela:

- predominen les classes mitjanes i mitjanes altes
- predominen els adults, però també la gent gran o cada vegada més gran
- amb un cert nivell cultural
- amb interès per la política i els altres temes locals

### *CANVIS*

Hi ha força igualtat en les respostes oposades: mentre 10 editors creuen que no ha canviat el perfil del seu públic, 9 creuen que sí.

Entre aquests, però, hi ha més editors que consideren que el lector ha envellit, que no pas que han incorporat joves, però alguns així ho manifesten.

## **3a Part. POLÍTIQUES D'AJUT DE LES INSTITUCIONS PÚBLIQUES**

*\*\* Preguntes per a diaris i setmanaris*

### **SOBRE LES ADMINISTRACIONS QUE ELS ATORGUEN AJUTS**

Hi ha una gran disparitat de situacions en la relació entre editors i institucions públiques pel que fa als ajuts- Resumidament,

La Generalitat n'atorga a la immensa majoria, en forma de subvenció

Dels ajuntaments, la meitat tenen signats convenis de publicitat, i només una quarta part tenen subvenció

De les diputacions, 11 publicacions reben ajut en forma de conveni o de subvenció.

Dels consells comarcals, només cinc publicacions tenen conveni de publicitat i dues subvenció.

En conseqüència, es pot dir que en les administracions locals no hi ha una pauta clara de la forma de donar suport a les publicacions diàries o setmanals.

### **VALORACIO DE L'IMPORT DELS AJUTS**

Amb una enorme majoria, els editors es manifesten clarament a favor que l'ajut de les administracions sigui més important econòmicament:

Els de la Generalitat haurien d'augmentar per a 19 (3 els troben correctes)

Els de les diputacions haurien d'augmentar per a 16 editors (4 els troben correctes)

Els dels consells comarcals han de millorar per 18 editors (2 els troben correctes)

Els dels ajuntaments han de millorar per a 17 editors (3 els troben correctes).

## ***\*\* Preguntes per a les revistes d'altra periodicitat***

En aquest cas, les preguntes inicials feien referència als ajuts dels ajuntaments, i posteriorment es preguntava en general la valoració dels ajuts.

### **AJUTS DELS AJUNTAMENTS**

#### ***REBEN SUBVENCIÓ***

Més del 60% de les publicacions que han contestat reben ajut dels ajuntaments respectius, tot i que alguns només de forma puntual (1) i altres (4) a través de l'entitat que acull la revista.

#### ***TENEN CONVENIS DE PUBLICITAT***

Majoritàriament (72%), les publicacions no tenen convenis o acords amb els ajuntaments per a la inserció de publicitat. La resta, tenen fórmules diverses de suport, sigui per publicitat o mitjançant acords de contraprestació amb pàgines informatives, o fins i tot la cessió de locals.

En l'anàlisi conjunta de les dues preguntes, es pot concloure que la majoria de publicacions reben alguna forma de suport econòmic dels ajuntaments.

### **VALORACIÓ DEL SUPORT**

Una bona part dels editors consideren imprescindible o necessari el suport d'elles administracions públiques. Cap altra idea recull tantes mencions com aquesta (22).

Les altres valoracions que es mencionen són que ha de respectar la independència dels mitjans, han de ser transparents, i que les administracions han de tenir més interès a prestar aquest suport.

Pel que fa a les valoracions sobre el valor de l'ajut, majoritàriament (35) manifesten el descontent, en considerar que ha d'augmentar, és escàs o insuficient.



# **ENQUESTA A LES PUBLICACIONS:**

## **2. Resultats i observacions**

### **Enquesta al col·lectiu de diaris i setmanaris**

25 respostes, per a un col·lectiu de 29 publicacions.

3 diaris

26 setmanaris

**86 % de resposta**

### **Enquesta al col·lectiu de quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals**

81 respostes, per a un col·lectiu de 97 publicacions

3 quinzenals

46 mensuals

26 bimestrals

22 trimestrals

**84 % de resposta**

## ENQUESTA A SETMANARIS I DIARIS

25 respostes, per a un col·lectiu de 29 publicacions format per:

3 diaris  
26 setmanaris

**86 % de resposta**

Atès que es tracta d'un col·lectiu reduït, i per tant el nombre de respostes és escàs, s'ha optat per presentar les xifres globals de resultats, sense recolzament percentual. En aquesta circumstància, les dades en percentatge poden oferir una lectura ràpida que distorsioni l'anàlisi directe a partir del nombre real de respostes obtingudes per a cada categoria en què s'han enquadrat.

D'altra banda, cal dir que en tractar-se de preguntes majoritàriament amb una resposta oberta, d'acord amb l'objectiu de l'ACPC de fer un estudi qualitatiu, ha semblat adequat poder oferir acompanyar els resultats numèrics amb una relació de les idees principals que apareixen en l'argumentari exposat pels editors.

Alhora, i ha diferència de l'enquesta a les revistes d'altra periodicitat, en l'estudi dels diaris i setmanaris ha estat possible un nivell alt d'exhaustivitat en la recensió d'aquestes idees, atès que el volum de respostes (25) ho permetia sense caure en llistats excessivament extensos.

## 1ª part: Sobre l'ACPC

### 1. Què representa per a vosaltres l'ACPC?

NC: 1

*(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)*

*Agrupacions principals de respostes:*

- Representació del col·lectiu	4
- Permet agrupar els mitjans (necessitat d'associar-se)	6
- donar ajut, suport i prestar serveis	4
- aconseguir avantatges col·lectivament	1
- agència de publicitat institucional, font de publicitat	2
- Resposta a una necessitat professional	1
- Espai de discussió i informació entre la la premsa comarcal	6
- Entitat que vetlla pels interessos de la premsa comarcal	3
- Font de publicitat	3
- Instrument de relació amb les Administracions	3
- Poc: és només una entitat a la qual estem associats	1

*Altres idees clau extretes de les respostes i nombre de publicacions que s'hi aproximen, quan n'hi ha més d'una que hi coincideix:*

L'associacionisme és necessari

Cal fer pinya (3)

Instrument per aconseguir allò que individualment no és possible

Pot aportar serveis per a una gestió i edició millors de les publicacions

És l'associació professional de representació dels interessos comuns davant  
l'Administració

*Comentaris*

Principalment, l'ACPC és vista com la institució representativa "natural" de la premsa comarcal. Aquesta representació ve acompanyada d'unes funcions o utilitat que sobretot es concentren en:

- evitar l'aïllament de les publicacions (no sentir-se soles)
- buscar avantatges publicitaris respecte a l'Administració
- buscar un interlocutor col·lectiu amb l'Administració
- servir d'espai d'intercanvi i relació, per a obtenir altres avantatges (continguts, experiències, idees, etc.)

## 2. Per què hi sou?

NC: 1

*(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)*

- Per a donar-li força/fer-li costat	2
- Pel sentiment de pertanyença/militància	3
- Pel fet de ser-ne fundadors	2
- Per tradició	1
- Per solidaritat	1
- Per creure necessari/beneficis l'associacionisme	5
- Per la necessitat d'un instrument de representació col.lectiva	2
- És una plataforma d'interrelació i/o informació	1
- Per la necessitat de no aïllar-se de les publicacions en català	1
- Per obtenir avantatges publicitaris	3
- Per obtenir beneficis en serveis	2
- Perquè ajuda les publicacions	1
- Per l'assessorament i informació	5

*Altres idees clau extretes de les respostes i nombre de publicacions que s'hi aproximen, quan n'hi ha més d'una que hi coincideix:*

Creu en l'associacionisme de la premsa comarcal, però els resultats són minsos

Es poden obtenir resultats que individualment no és possible

És desitjable pertànyer a l'Associació per obtenir-ne beneficis en serveis

Per tradició, atès que l'equip actual no s'ho ha plantejat

*Comentaris:*

Bàsicament, les respostes s'agrupen al voltant de dues idees força:

- per obtenir beneficis (publicitaris, però també d'informació i assessorament, representació i per a augmentar la força davant les Administracions)
- per creure en la necessitat o utilitat que hi hagi una associació que agrupi i doni visibilitat a la premsa comarcal

### 3. Què opineu del funcionament actual de l'ACPC, globalment?

NC: 5 (tres dels quals, reconeixen no conèixer prou l'associació)

*(S'han sistematitzat les valoracions expressades per les publicacions en unes categories bàsiques a partir de l'eix positiu-negatiu, tenint en compte la rotunditat de la valoració i els matisos introduïts:*

<i>Valoració positiva</i>	10
Molt correcte	2
Correcte	8
<i>Valoració negativa</i>	10
Deficient	4
Té mancances/ha de canviar	6

*Idees clau extretes de les argumentacions que qüestionen el funcionament actual, i nombre de publicacions que s'hi aproximen, quan n'hi ha més d'una que hi coincideix.*

La diversitat de tipus de publicacions, el principal problema (6)  
No s'ha d'homogeneïtzar l'actuació per a tothom (2)  
L'heterogeneïtat és la seva grandesa, però també la principal font de problemes  
Podria fer més: adequar-se als interessos diferents dels associats; ha de potenciar cada publicació individualment, a més dels elements comuns  
Caldria adequar més l'estructura a la diversitat de publicacions  
No respon a les necessitats actuals de les publicacions  
No s'adapta als canvis del mercat i a les necessitats de publicitat  
Li cal adequar-se a noves realitats  
Cal adequar la dimensió a la seva funció de "patronal"  
Hauria de ser més una "patronal" i menys un "club" (2)  
Falten criteris clars sobre el que ha de ser l'ACPC  
No ha creat una imatge forta i potent de l'associació davant la població  
No ha defensat la premsa comarcal enfront de la provincial de cara a la Generalitat  
No ha potenciat la presència de la premsa comarcal en els grans mitjans de comunicació  
No representa adequadament, sembla un organisme públic  
Podria millorar amb més relació entre casos semblants  
Falta col.laboració entre la Junta i els associats (2)  
La composició de la Junta, amb persones d'empreses en competència amb altres publicacions, provoca pèrdua de confiança  
Algunes de les activitats són massa costoses  
Hauria d'oferir assessorament sobre els problemes legals d'allò que es publica  
Hauria de donar suport als mitjans davant les pressions informatives que reben  
Cal deixar per més endavant la idea d'esdevenir una central de compres publicitària

## *Comentaris*

Les valoracions sobre el funcionament de l'Associació són molt diverses, però més enllà del nombre de respostes positives o negatives, allò que és realment important en aquesta pregunta són els arguments sobre les causes i possibles orientacions que ha de tenir l'associació, que hem intentat sintetitzar i agrupar per a facilitar-ne l'observació.

Clarament, diaris i setmanaris posen l'accent de manera reiterativa en l'heterogeneïtat de publicacions existent dins l'ACPC com a motiu principal, que fa impossible o molt difícil satisfer les necessitats i els interessos de tothom.

També apareix com a tema a debatre l'adequació de l'ACPC als temps actuals, redefinit el seu significat i funció. En aquest sentit, s'apunta la idea que ha de ser una associació d'editors (patronal) i no un "club" on tots es troben. En coherència, algunes publicacions reclamen o qüestionen una sèrie de serveis que no ofereix o que ofereix en unes condicions poc satisfactòries: assessorament, publicitat, defensa, etc).

És remarcable també el seguit d'idees sobre la funció de l'ACPC en la promoció del "concepte" premsa comarcal en la societat i els grans mitjans de comunicació.

Finalment, cal esmentar que aflora també la controvèrsia respecte a les dificultats de relació entre la Junta i els editors, quan es produeixen situacions de competència en un mercat concret.

#### 4. En quines de les seves activitats participeu habitualment?

NC: 0

	<i>Participen</i>	<i>No part.</i>	<i>No contesten</i>
Fundació	11	10	4
Central de compres	2	15	8
Central de vendes	9	12	4
Assemblees	14	9	2
Congressos	13	9	3
Activitats de formació	10	10	5
<i>Altres:</i>			
Junta	2		
Reunions de setmanaris professionals	1		

#### *Comentaris:*

*Observació tècnica:* En els casos que l'editor no s'ha decantat per cap de les dues opcions (participa/no participa), s'ha respectat estrictament la consideració de "no contesta" i s'han afegit les seves respostes a aquesta categoria. Això no obstant, i atès que les persones que han contestat en molts casos s'han limitat a marcar la casella afirmativa corresponent només per a les activitats en què participen, però cap de negativa, és plausible considerar que majoritàriament les no respostes es corresponen amb les negatives.

El més remarcable és el baix nivell de participació dels setmanaris i diaris en les activitats de l'ACPC, ja que només en les assemblees i congressos se supera el 50%.

Paral·lelament, destaca el nombre de respostes negatives a la participació en projectes conjunts, com la central de compres i central de vendes.

Cas destacar també que sis de les publicacions no participen en cap o pràcticament cap de les activitats de l'associació.

## 5. Esteu satisfets de la publicitat que en rebeu? Per què?

NC: 2

Si	7
No	10
No massa	5
Altres	1 (una publicació no n'ha rebut encara)

*Observació tècnica:* Dins la categoria "no massa" s'ha inclòs les respostes que denoten insatisfacció, tot i que no ho indiquen de forma explícita.

*Idees clau extretes de les respostes, i nombre de publicacions que s'hi aproximen, quan n'hi ha més d'una que hi coincideix:*

- És molt poca /insuficient (3)
- És poca (5)
- És insuficient
- No cobreix les expectatives
- És testimonial
- Darrerament, no
- La que reben la podríem aconseguir directament (2)
- Se'n podria aconseguir més
- Pensa massa en campanyes institucionals i poc en les d'empreses
- Nò tota la publicitat ha d'anar a totes les revistes
- Cal segmentar les propostes/ofertes entre publicacions (3)
- Insatisfacció perquè no tota arriba a tots els setmanaris (2)
- En comparació, n'arriba poca a aquest col·lectiu
- Cal que l'editor busqui la publicitat, i no refiar-se tant dels que arriba des de fora

*Comentaris:*

La insatisfacció és força generalitzada. Amb més o menys rotunditat, segons si han contestat afirmativament o negativament aquesta qüestió, la justificació de les respostes posa l'èmfasi pràcticament sempre en el poc volum de publicitat que l'ACPC aconsegueix canalitzar cap a les publicacions. Per a alguns, aquesta escassetat és la causa del "no", però els del "sí" lamenten igualment aquesta situació.

D'altra banda, apareix una confrontació de posicions: mentre dos casos lamenten que no tota la publicitat arribi a tots, tres més consideren que l'acció publicitària de l'ACPC ha de flexibilitzar-se segons els tipus de publicacions.



## 6. Què trobeu a faltar en l'ACPC

NC: 3

(a la totalitat; hi ha publicacions que no han constestat a algunes de les opcions)

	Si	No	No contesta
Flexibilitat per intervenir o no en operacions conjuntes	7	6	12
Més projectes comuns entre publicacions equiparables	16	1	8
Col.laboracions entre publicacions equiparables	15	1	9
Col.laboracions amb l'APPEC	10	5	10
Col.laboracions amb L'associació de la premsa gratuïta	6	9	10

*Altres coses (i nombre de mencions):*

Disposar d'agència de publicitat pròpia (com APPEC i ACPG)	(1)
Textos i materials per a compartir	(2)
Un esperit més empresarial	(1)
Informació sobre ofertes de serveis	(1)
Assessorament per demanar ajuts	(1)
Més contacte amb els socis	(1)
Més publicitat	(1)
Un comercial a Barcelona per a comarques	(1)
Iniciatives d'ajut per als de menys poder adquisitiu	(1)
Intercavni d'experiències amb associacions foranes	(1)

*Comentaris:*

*Observació tècnica:* En els casos que l'editor no s'ha decantat per cap de les dues opcions (si/no), s'ha respectat estrictament la consideració de "no contesta" i s'han afegit les seves respostes a aquesta categoria. Això no obstant, i atès que les persones que han contestat l'enquesta en molts casos s'han limitat a marcar la casella afirmativa quan hi estan d'acord, i mai la negativa, deixant en blanc alguns dels apartats, és plausible considerar que *majoritàriament* les no respostes es corresponen amb les negatives.

És remarcable sobretot el nombre de publicacions que troben a faltar col.laboracions i projectes entre casos equiparables, que contrasta amb el nivell de participació clarament menor que es detectava en la pregunta 4 (activitats en què participen). Pot ser l'indici d'un interès o predisposició real -però poc concretat- per a la col.laboració. Caldria explorar, però, en quins tipus de projectes estarien disposats a implicar-se, atès que es tracta d'una pregunta molt genèrica.

En segons lloc, cal posar l'accent en l'interès d'un nombre important de membres per col.laborar amb l'APPEC, i paral·lelament un refús pràcticament igual quantitativament a establir les col.laboracions amb l'ACPG.

7. Si escau, quin tipus de col.laboració caldria establir amb les altres associacions de premsa en català?

NC: 13

*Idees clau extretes de les respostes:*

*(no hi ha respostes coincidents que permetin l'agrupació per categories)*

Sobre grans temes i conflictes institucionals (negociar els ajuts)

La que permeti potenciar allò que tenim en comú (sobretot els ajuts)

La màxima possible, per evitar duplicitats d'esforços i fer un grup de pressió fort

Diàleg

Contactes i després ja es veuria la intensitat de la relació

Les idees haurien de sortir de les reunions entre publicacions similars dins l'ACPC

Federació de caràcter genèric

Federació i establir objectius comuns

Compartir experiències als nivells tècnic i empresarial

Promoció conjunta

Publicitat conjunta

Formació

Compartir serveis interns

Compartir articles

Cauteles expressades:

Cal tenir present que amb algunes som competència en el mercat

*Comentaris:*

Allò més significatiu és l'elevat nombre de publicacions que no responen (13 de 25), en total coherència amb els resultats de la pregunta anterior.

Entre els que formulen comentaris, es detecta sobretot un interès per enfortir la capacitat d'actuació davant les administracions públiques (ajuts, publicitat, conflictes) i davant la societat (promoció conjunta).

En canvi, no hi ha massa idees concretes sobre la forma institucional que ha d'adoptar la col.laboració.

## 2a part. Sobre la vostra publicació i l'entitat editora

### 8. Quina personalitat jurídica teniu? (cooperativa, societat limitada, societat anònima, Associació cultural, etc.)

NC: 0

Societat Limitada	13	
Societat Anònima	4	(1 en conveni amb un grup)
Grup d'empreses	1	
Fundació privada	1	
Associació Cultural	5	
Parròquia	1	

Total:

Empreses/grups empresarials	18
Entitats sense afany de lucre	7

9. Com treballeu la publicitat? (departament comercial, agents lliures, col.laboradors....)?

NC: 1

Departament comercial	16
Exclusivista	2
Agents lliures	4
Amb col.laboradors i altres formes directes	6
Sense fórmula	1

*Observació tècnica: Hi ha publicacions que utilitzen més d'una fórmula*

**10. Com capteu nous subscriptors? (departament comercial, agent de vendes....)**

NC: 1

*(Pregunta amb possibilitat de respostes múltiples)*

Departament comercial o oficina	13
Agent	1
Club del subscriptor	1
Televending, telemarketing	2 (un d'ells, amb personal en plantilla)
Promocions	3
Col.laboradors	1
Mitjançant entitats locals	2
Sense cap acció	5

**11. Realitzeu campanyes de promoció de la vostra publicació?**

NC: 0

Si	14
No	5
Ocasionalment	6

*Idees que s'aporten per a completar les respostes:*

Una de les publicacions suggereix que les hauria de fer l'Associació  
Hi ha alguna publicació que ho fan per mitjà d'entitats locals, i una altra a través  
d'altres mitjans de comunicació.

**12. Teniu club del subscriptor o altres fórmules de vinculació amb els lectors?**

NC: 0

Si 12 (un d'ells a través de *El Punt*)  
No 13 (un el té en projecte)

*Comentari conjunt a les qüestions 10-11-12:*

L'anàlisi conjunta de les tres preguntes reflecteix l'existència d'una diferència clara dins el col·lectiu de publicacions diàries i setmanals: la meitat d'elles disposa d'unes estructures i capacitats que els permet utilitzar plenament els mateixos instruments de la premsa d'ampli abast per a aconseguir fer-se present en la societat en un entorn de competència creixent. L'altra meitat, denota disposar d'unes estructures molt més senzilles i sense capacitat de competir en la batalla de les promocions per arribar a nous públics. Amb els problemes que això comporta.

### 13. Realitzeu altres activitats comunicatives?:

NC: 1

(a la totalitat; hi ha publicacions que no han constestat a algunes de les opcions)

Fan almenys una altra activitat comunicativa: 21  
 Només editen la publicació: 3

	Si	No	No contesta
Edició d'altres publicacions de pagament	8	14	3
Edició de gratuïts	7	14	4
Ràdio	5	17	3
Televisió local	7	14	4
Pàgines web a internet	14	9	2
Serveis publicitaris	14	8	3
Serveis d'edició o impremta	11	10	4

*Altres:*

Comunicació per empreses	1		
Premis literaris	1		
Participació en esdeveniments socials	1		
Cap	1		

*Comentaris:*

*Observació tècnica:* En els casos que l'editor no s'ha decantat per cap de les dues opcions (si/no), s'ha respectat estrictament la consideració de "no contesta" i s'han afegit les seves respostes a aquesta categoria. Això no obstant, i atès que les persones que han constestat l'enquesta en molts casos s'han limitat a marcar la casella afirmativa quan hi estan d'acord, i mai la negativa, deixant en blanc alguns dels apartats, és plausible considerar que *majoritàriament* les no respostes es corresponen amb les negatives.

Una bona part dels editors de setmanaris i diaris han obert el ventall d'actuacions a la realització d'altres activitats comunicatives. D'entre elles, la prestació de serveis publicitaris i/o d'impremta a terceres empreses o entitats és la més habitual, per motius de complementarietat.

Destaca d'una manera singular el fet que 14 de les publicacions hagin entrat ja en l'edició de pàgines web a internet (cal matisar, però, que probablement es tracta generalment del bolcat digital de la totalitat o una part dels continguts de la pròpia publicació impresa).

Cal destacar també el fet que una tercera part dels editors realitzen també altres publicacions de pagament, i una tercera part també edita premsa gratuïta. Pel que fa a la ràdio i la televisió, comença a ser significatiu el nombre d'editors que hi estan involucrats.

Cal matisar també que a banda de les tres publicacions que no tenen altra activitat, n'hi ha dos més que tenen només com a segona activitat la realització de la pàgina web, i tres més que també tenen només una segona activitat, sigui ràdio, gratuïts o edició d'altres títols de pagament.



#### 14. Voldríeu realitzar altres activitats comunicatives?:

NS/NC: 11

(a la totalitat: hi ha publicacions que no han constestat a algunes de les opcions)

	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>No contesta</i>
Edició d'altres publicacions de pagament	3	7	15
Edició de gratuïts	3	9	13
Ràdio	2	9	14
Televisió local	2	8	15
Pàgines web a internet	1	7	17
Serveis publicitaris	4	5	16
Serveis d'edició o impremta	2	6	17
<i>Altres:</i>			
Cap	1		
No s'ho han plantejat	1		
Ja ho fan	3		

#### *Comentaris:*

*Observació tècnica:* En els casos que l'editor no s'ha decantat per cap de les dues opcions (si/no), s'ha respectat estrictament la consideració de "no contesta" i s'han afegit les seves respostes a aquesta categoria. Això no obstant, i atès que les persones que han contestat l'enquesta en molts casos s'han limitat a marcar la casella afirmativa quan hi estan d'acord, i mai la negativa, deixant en blanc alguns dels apartats, és plausible considerar que *majoritàriament* les no respostes es corresponen amb les negatives.

Destaca sobretot el nombre de publicacions que no responen aquesta qüestió (11), a les quals afegir les que no responen a cadascun dels apartats. En alguns casos la resposta, evidentment, és conseqüència de la participació explicada en la pregunta anterior.

També cal assenyalar que hi ha cinc publicacions que indiquen que no tenen interès a participar en cap altra activitat comunicativa.

**Anàlisi combinada de les preguntes 13 i 14.**

**Realitzeu o voldrieu realitzar altres activitats comunicatives?**

NC: 1 (a cap de les dues preguntes)

De l'articulació de les respostes a les dues preguntes respecta a cadascuna de les activitats comunicatives, es pot inferir el resultat següent:

*Realitza o voldria realitzar les següents activitats:*

	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>No contesta</i>
Edició d'altres publicacions de pagament	10	7	8
Edició de gratuïts	10	8	7
Ràdio	7	10	8
Televisió local	9	6	10
Pàgines web a internet	14	3	8
Serveis publicitaris	15	4	6
Serveis d'edició o impremta	11	6	8

*Comentaris:*

Resulta significatiu que les activitats amb més resultats afirmatius són aquelles en que la complementarietat és més directa: serveis publicitaris i pàgines web, en primer lloc, seguides de la realització de serveis d'edició o impremta per a tercers i edició d'altres publicacions de pagament o gratuïtes.

Però destaca també el fet que només en 10 casos editen o voldrien editar altres publicacions, i la igualtat existent entre fer-ho en el segment de la premsa de pagament o gratuïta.

Pel que fa als mitjans audiovisuals, hi ha més interès per a la televisió local que per a la ràdio, que la fan o voldrien fer menys editors, alhora que té un rebuig directe d'un nombre superior d'editors.

**15. Hi ha garantit el possible relleu de les persones que hi treballen (professional, generacional) en la vostra publicació?**

NC: 0

Si	17
Si (no categòric)	4
No	4

*Comentaris i idees complementàries expressades amb la resposta:*

Les respostes afirmatives però no categòriques corresponen a editors que han expressat reserves: "si, de moment", "segurament" i "si, en principi".

Com era previsible, en el cas de les empreses (totes menys una), la resposta és afirmativa. En la resta dels casos, només quatre tenen aquest problema clarament definit, i una d'elles expressa taxativament que no hi ha relleu.

Per altra banda, una de les respostes posa l'accent en el problema que representa ni disposar d'estudiants en pràctiques, ja que això dificulta la possibilitat que s'interessin per la premsa local i comarcal com a possible sortida laboral.

## 16. Com veieu el futur de la vostra publicació?

NC: 1

<i>Respostes de caire positiu:</i>	15
Bé/estable/sense problemes/consolidat	9
Amb optimisme	3
En expansió	1
Sense massa dificultats	2
 <i>Respostes de caire negatiu:</i>	6
Fosc/negre/difícil	5
Amb dificultats/amb incertesa	2
 <i>Respostes intermèdies:</i>	2
Com la resta de les empreses/premsa	2

*Idees clau extretes de les respostes (entre parèntesi, nombre de publicacions que comparteixen la idea, si l'expressa més d'una):*

*En les respostes positives:*

Hi ha identificació dels lectors amb la publicació  
Una publicació expressa així la seva cautela: "bé, per ara"  
Una altra afirma: bé, però tocant sostre quant a tirada

*En les respostes negatives:*

Per l'augment de costos  
Per la crisi general de la premsa de pagament  
Per la poca venda d'exemplars i lectura (2)  
Per la poca eficiència publicitària/la publicitat baixa (2)  
Per l'augment de la competència  
Per la competència de la ràdio, la televisió i, sobretot, dels gratuïts  
Per l'envelliment dels lectors/els joves no llegeixen (3)  
Per la inexistència de relleu de les persones que la fan/ crisi de col.laboradors (2)  
Perquè la gent no vol pagar per rebre informació  
Cal una regeneració

*Altres:*

Depèn de poder formar grups editors potents  
Cal trobar els joves a través dels seus mitjans de comunicació  
Ca exigir el suport de les Administracions públiques

**17. L'existència (si és el cas) de publicacions gratuïtes, com afecta a la vostra publicació?**

NC: 2

*Respostes de caire positiu:* 6  
No afecta/no molesta 6

*Respostes de caire negatiu:* 13  
Afecta /afecta molt 5  
Si, en la venda de publicitat 7  
Una mica 1

*Altres respostes:* 4  
No hi ha gratuïts en la zona 1  
Afecta poc en la zona 3

*Idees clau extretes de les respostes (entre parèntesi, nombre de publicacions que comparteixen la idea, quan n'hi ha més d'una que l'expressa):*

Afecta la publicitat de baix cost, guies i similars  
No afecta als continguts informatius  
Obliga a reforçar l'equip comercial  
El problema són els informatius gratuïts, no les publicacions de petits anuncis  
Fins i tot podrien complementar-la  
La competència esperona  
És la competència: per això cal fer-ne (sinó, venen altres a fer-ne)  
Afecta també l'existència de publicacions dels ajuntaments (2)

*Comentaris:*

Més de la meitat de les publicacions consideren que -poc o molt- els gratuïts els afecten, mentre que només sis editors no creuen que l'existència dels gratuïts els afecti, a més dels quatre que no tenen gratuïts al seu territori o hi tenen poca incidència.

Davant d'aquest fet, hi ha editors que expressen la necessitat de participar en aquest sector ja que són la competència. D'altres ho valoren com un estímul per millorar.

Hi ha força coincidència a dir que el problema és la repercussió publicitària, però no informativament, ja que la premsa local i comarcal segueix sent atractiva. Un editor aporta la distinció entre les publicacions gratuïtes sorgides de la pròpia població i les que provenen de fora, que no afecten.

En un altre sentit, s'apunta com a problema important l'existència de publicacions editades pels Ajuntaments.

**18. Quines creieu que són les principals amenaces per a la supervivència de la publicació**

NC: 1

(a la totalitat; hi ha publicacions que no han constestat a algunes de les opcions)

	Si	No	No contesta
La competència de la premsa d'abast geogràfic superior	4	13	8
La competència de les publicacions gratuïtes d'informació	11	6	8
La competència de les publicacions de petits anuncis	7	9	9
Internet	4	11	10
La possible falta d'interès dels joves per la lectura	12	7	6
La mobilitat laboral de la població	4	11	10
La instal·lació de població aliena a l'àmbit geogràfic que cobriu	7	10	8
La possible pèrdua d'interès pels temes locals	5	10	10

*Altres:*

La competència de premsa amb més pàgines, fotos i menys rigor	1		
La competència dels diaris locals	1		
L'expansió territorial d'altres empreses, adquirint publicacions	1		
L'edat dels qui la fan (manca de relleu generacional)	1		
Superar el problema econòmic actual	1		
El municipi creix, però la publicació no augmenta la difusió	1		

*Altres idees clau extretes de les respostes:*

No hi ha amenaces per a la publicació, ja que està ben posicionada

No hi ha excuses per dir que no anem bé: coneixem la situació i cal saber afrontar-la

Hi ha el problema de les empreses periodístiques que absorbeixen publicacions, i ho fan comptant amb ajuts

*Comentaris:*

*Observació tècnica:* En els casos que l'editor no s'ha decantat per cap de les dues opcions (si/no), s'ha respectat estrictament la consideració de "no contesta" i s'han afegit les seves respostes a aquesta categoria.

La falta d'interès dels joves per la lectura i l'existència de publicacions gratuïtes (informatives, i en menor mesura les de petits anuncis) són les principals amenaces. Per contra, els canvis socials provocats per la mobilitat actual i l'augment de població no són percebuts majoritàriament com a problemes, ni la possible pèrdua d'interès pels temes locals.

## 19. Quins és el perfil social majoritari dels vostres lectors?

NC: 1

*En tractar-se d'una pregunta de resposta oberta, molts editors han donat respostes amb múltiples identificadors. Per això, s'han processat els resultats respectant les categories que han usat per a qualificar els lectors, en la mesura del possible.*

Classe mitjana	8
Classe mitjana i mitjana alta	5
Adults (més de 25 anys)	9
Gent gran	5
Adults amb família	1
Casats/aparellats	1
Cada vegada més grans	1
<i>Altres qualificacions:</i>	
Professionals i empleats	1
De nivell econòmic divers	1
Amb un cert nivell cultural	4
Amb interès per la política local	1
Amb interès pels temes locals	1
Incorporem joves amb interès pels temes comarcals	2
Actius culturalment i socialment	1
De situació estable	1
Divers	4
Perfil mig	1
Igualtat entre homes i dones	1
Autòctons	1
Més jove que el conjunt de la societat	1
Els subscriptors són gent gran, però te lectors joves	1
Residents fora del municipi	1
Catalanista	1
Parla en català	1

### *Comentaris:*

No és possible establir una definició clara del perfil de lectors dels diaris i setmanaris locals i comarcals, però l'acumulació de respostes a algunes paraules identificadores i la inexistència de mencions a d'altres categories, permeten aproximar una referència: es tracta de gent adulta (sobretot s'esmenta els 30-35 anys com a punt de partida) i amb fort impacte de la "gent gran" entre els lectors, de classe mitjana i mitjana-alta, i amb un nivell cultural mitjà i alt.

**20. Creieu que ha canviat en els darrers deu anys el perfil del vostre lector?  
En quin sentit?**

NC: 2

<i>Si</i>	9	
Es van fent grans		5
S'han incorporat joves/rejoventit		3
Com a la resta de la premsa		1

*No* 10

<i>Altres</i>	4	
La competència l'ha depurat		1
Costa trobar nous lectors joves		2
Falta arrelament de possibles lectors joves		1

*Idees extretes de l'argumentació de les respostes:*

La competència local fins i tot l'ha depurat (menys populista)  
 Costa incorporar nous lectors (1) i lectors joves (2)  
 Ha augmentat la fidelitat  
 De manera semblant a tota la premsa  
 Ha augmentat i canviat la població, però no els lectors  
 Són els mateixos des de fa anys, i això és el problema  
 Són més participatius



### 3<sup>a</sup> part. Les polítiques d'ajut de les administracions públiques

#### 21. De quines Administracions rebeu ajut econòmic:

NC: 1

*Publicacions que compten amb ajuts de:*

	<i>Conveni de publicitat</i>	<i>Subvenció</i>
<i>Ajuntament/s:</i>	13	6
<i>Consell/s Comarcal:</i>	5	2
<i>Generalitat:</i>	3	20
<i>Altres:</i>		
<i>Diputacions(*)</i>	6	5

(\*) Inclou convenis diversos i subscripcions, incloses les que atorga l'Institut d'Estudis Ilerdencs a les publicacions de la província de Lleida.

**22. Creieu que hauria de ser més important el suport econòmic a la vostra publicació per part de:**

NC: 0

	<i>Si</i>	<i>Ja és correcte</i>	<i>No contesta</i>
Ajuntament	17	3	5
Consell comarcal	18	2	5
Diputació	16	4	5
Generalitat de Catalunya	19	3	3

*Comentari:*

Hi ha 14 publicacions que creuen que ha de ser més important l'ajut de totes les Administracions Públiques. Alhora, hi ha dues publicacions que no concreten la seva valoració per a cap d'elles.

*Idees extretes dels comentaris que es proposava que afegissin els editors (entre parèntesi, nombre de publicacions que expressen la idea):*

Com més ajut, millor (2)

Poden millorar, però no han de ser la clau de la supervivència

Cal espavilar-se a través de l'Associació, pensant en les publicacions professionals

Cal una altra política de subvencions, i des de l'Associació acceptar que no totes les publicacions són iguals

Cal fer entendre la importància de les publicacions, imprescindibles per a la informació local

Les publicacions han de tenir més present la publicitat i la facilitat de finançament que no pas la subvenció

Cal més ajuts públic a les iniciatives no comercials de les publicacions (concerts, exposicions), que si reben els editors més grans

No augmenta l'ajut municipal des de fa anys

El sistema d'ajuts de la Generalitat és injust amb els setmanaris petits

Caldria que els ajuts fossin diferents per a les publicacions professionals

## ENQUESTA A LES PUBLICACIONS D'ALTRA PERIODICITAT

81 respostes, per a un col·lectiu de 97 publicacions format per:

3 quinzenals  
46 mensuals  
26 bimestrals  
22 trimestrals

**84 % de resposta**

### Advertència:

Atès que el col·lectiu de les publicacions de periodicitat superior a setmanal és molt extens, l'anàlisi quantitativa permet reflectir millor que entre els setmanaris i diaris l'estat d'opinió envers els temes que es plantejaven en l'enquesta. Per això, en totes preguntes que és possible s'ha inclòs el nombre de respostes i el percentatge que representa en el total (excloent els qui no responen).

Per a fer-ho, però, i en tractar-se d'un qüestionari de resposta oberta, ha calgut concentrar les idees expressades en les respostes a un nombre limitat de categories que permetin la visualització d'aquest estat d'opinió. Aquestes categories no són totalment coincidents amb les usades en l'enquesta a setmanaris i diaris, ja que reflecteixen les idees del col·lectiu de publicacions de periodicitat superior.

Com en l'enquesta a setmanaris i diaris, s'ha completat la presentació quantitativa amb l'exposició d'algunes idees concretes que han inclòs els editors i comentaris finals, quan s'escau, que permetin enfortir qualitativament el resultat numèric.

## 1ª part: Sobre l'ACPC

### 1. Què representa per a vosaltres l'ACPC?

NS/NC: 2

*(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)*

- Representació del col·lectiu	9
- Espai de discussió i intercanvi de la premsa comarcal	41
- ajut, suport, defensa i prestació de serveis a les publicacions	25
- Font de publicitat	5
- Defensa comuna d'interessos	11
- Projecció	2
- Defensa de la llengua i la cultura catalanes	3
- Poc: és només una entitat a la qual estem associats	5

*Idees clau extretes de les respostes (entre parèntesi, nombre de publicacions que comparteixen la idea, quan n'hi ha més d'una que l'expressa)*

Com a espai comú de discussió i intercanvi, es reflecteixen sobretot idees de contacte, intercanvi d'experiències, nexa, unitat, sentir-se part d'un col·lectiu i aglutinador (sentiment majoritari)

Dóna una força que les revistes separadament no poden tenir

Permet visualitzar que la premsa comarcal és important a Catalunya

És un puntal molt important, en molts aspectes

Se'n podria treure més profit, ja que aporta poc (2); per alguns, "actualment" aporta poca cosa (3)

Caldria federar-se amb les altres associacions de premsa en català

## 2. Per què hi sou?

NS/NC: 3

*(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)*

*Agrupacions principals de respostes:*

- Per sumar esforços	29
- Per convicció de la necessitat de ser-hi	13
- Per l'assessorament i informació que en reben	11
- Pel suport institucional, legal o tècnic i els avantatges	21
- Pel fet de ser-ne fundadors	4
- Perquè en conjunt resulta beneficiós	3
- Per creure necessari/beneficiós l'associacionisme	14
- No ho saben/per inèrcia/no s'ho han plantejat	6
- Per la necessitat d'un instrument de representació	1
- Per obtenir avantatges publicitaris	1

*Altres idees clau extretes de les respostes i nombre de publicacions que s'hi aproximen, quan n'hi ha més d'una que hi coincideix:*

Majoritàriament es fa referència a les idees “la unió fa la força”, “cal sumar esforços”,  
“individualment no es pot aconseguir res”

Si no existís, s'hauria de crear una associació com aquesta

És un deure moral ser-hi

Permet donar-nos a conèixer, tant la revista com el poble

*Comentari conjunt a les preguntes 1 i 2:*

La necessitat d'agrupar-se, per un sentiment de pertanyença al mateix col·lectiu i per la cobertura i serveis que proporciona és clarament dominant en la majoria de respostes, expressada de múltiples maneres. Amb les diverses categories de resposta s'ha intentat reflectir els aspectes en què els editors posen més èmfasi.

### 3. Què opineu del funcionament actual de l'ACPC, globalment?

NS/NC: 13

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Molt Positiu/molt bé:	8	12 %
Correcte/bo/eficient/adequat:	42	62 %
Bo, però millorable/força bé:	11	16 %
Ha de millorar/negatiu:	4	6 %
Hi ha poc contacte:	3	4 %

*Idees clau extretes de les respostes i nombre de publicacions que s'hi aproximen, quan n'hi ha més d'una que hi coincideix:*

Cal treballar més publicitat, ja que ha baixat (3)  
Cal treballar per millorar els ajuts  
Caldria millorar el cobrament de la publicitat  
És una associació força freda, cal més contacte amb els representants (4)  
Ha millorat des que s'usa el correu electrònic  
Ha millorat en participació des que tenim el Còmic  
Fa el que pot (2)  
Falta implicació de les revistes (3)  
El pes de l'ACPC com a entitat ha baixat, cal més projecció exterior (2)  
No és el que era, no és massa activa (2)  
Massa actes centralitzats a Barcelona

*Comentari:*

Cal destacar sobretot l'elevat nivell de satisfacció de les revistes amb el funcionament de l'ACPC. El resum dels comentaris introduïts, sense enterbolir aquest resultat, permet matisar sobre els aspectes que els associats voldrien millorar.

#### 4. Què hi trobeu a faltar?

NS/NC: 20 (inclou els que no concreten res)

(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)

Res	14
Més aportació de publicitat	13
Més publicitat institucional	2
Una agència de publicitat	1
Publicitat específica per a les revistes petites	1
Més contacte	6
Més informació a les publicacions	4
Més informació pràctica	3
Més informació dels ajuts publicats als BOP	1
Un butlletí informatiu	2
Millorar la pàgina web	1
Més descentralització de les activitats	1
Delegacions territorials	2
Més relació entre les revistes de cada demarcació	1
Més activitats de formació	6
Més suport a les revistes trimestrals	3
Més esforç per obtenir ajuts i recursos econòmics	4
Més força davant l'Administració Pública	3
Negociació per a l'adquisició d'equipament	1
Més projecció/presència exterior	3
Usar per a més activitats les instal·lacions pròpies	1
Textos per publicar a les revistes	1
Organitzar rodes de premsa	1
Obtenir acreditacions de premsa per a les revistes	2
Més interès per part dels associats	2

#### *Comentaris:*

A banda dels qui no opinen o diuen que res en concret (el 25%), i dels que no hi troben res a faltar (17%), destaca la preocupació per l'escassa publicitat que arriba a les revistes des de l'ACPC.

L'altra gran preocupació, que guarda relació amb el que s'ha exposat en les preguntes anteriors, fa referència a la millora del contacte amb les revistes i entre elles: més freqüència, delegacions, millora dels canals d'informació, etc.

Ahora, s'ha intentat recollir exhaustivament les idees aportades per les revistes, per l'interès que les propostes que realitzen pot tenir en l'associació.

**5. Seguiu habitualment les seves activitats?**

NS/NC: 2

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Sí:	22	28 %
Si, però no massa	28	35 %
No:	29	37 %

*Comentaris:*

En la categoria "sí, però no massa" s'ha inclòs les que indiquen que només a través del correu. Les principals causes que s'addueixen per no seguir les activitats són la distància dels llocs on es realitzen, les costos econòmics per als desplaçaments, i la manca de temps i de persones per a participar-hi.



6. Estaríeu interessats a formar part d'alguna comissió de treball de l'ACPC?

NC: 1

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Sí :	12	15 %
Potser sí:	12	70 %
No:	56	15 %

*Comentaris:*

En les respostes afirmatives s'ha inclòs els qui expliciten que ja hi participen.

En les respostes negatives, s'ha inclòs els qui especifiquen que no en aquest moment.

En la categoria "potser sí" s'ha inclòs els qui no ho descarten i els qui ho posen en funció del tema de la comissió.

Les causes principals que esmenten (si indiquen el motiu) els qui no tenen la no disposició a participar-hi són la manca de temps (9), no tenir prou persones per a dedicar-hi (8) i la distància (4).

**7. Quantes vegades a l'any entreu a la web de l'ACPC?**

NS/NC: 10

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Mai/quasi mai	18	26 %
Molt poc/algun cop	12	17 %
Poques (menys d'un cop al mes)	27	39 %
Sovint (d'un a dos cops al mes)	8	12 %
Molt sovint (dos cops o més al mes)	4	6 %

*Observació tècnica:*

*Atesa la disparitat de maneres de respondre la qüestió, s'ha optat per aproximar les respostes a aquestes categories funcionals.*

**8. Què opineu de la web de l'ACPC? Què hi trobeu a falta?**

NS/NC: 45

Correcte/bona:	22
Incompleta, cal ampliar-la:	13
No aporta res:	1

*Observació tècnica:*

*Atès l'elevat nombre de respostes en blanc, en gran part per desconèixer-ne l'existència o no creure's capacitats per opinar, s'ha optat per no incloure els percentatges, que podrien distorsionar-ne la intepretació.*

*Idees clau extretes de les respostes sobre què hi troben a faltar*

*(i nombre de publicacions que l'esmenten, quan n'hi ha més d'una que hi coincideix):*

Cal més informació de les publicacions (4)

Una base de dades de les publicacions

Espai a la web a disposició de les publicacions

Autogestió de l'espai de cada revista (2)

Enllaços amb les publicacions que tenen web pròpia, accés als continguts (2)

Notícies, entrevistes i altres textos per publicar en les revistes (2)

Informació d'interès per a les revistes (5)

Més actualització

Més rapidesa

Funcionar com una intranet

Accés a les subvencions

Formació en línia

**9. Esteu satisfets de la publicitat que en rebeu?**

NS/NC: 13

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Si	29	43 %
No massa/ és millorable	11	16 %
No/ és massa poca	28	41 %

*Idees clau extretes de les respostes (i nombre de publicacions que l'esmenten):*

N'hi hauria d'haver d'empreses privades (2)

Ha baixat darrerament (5)

*Comentaris:*

Dins l'apartat no/és massa poca s'ha inclòs les respostes del tipus "fa temps que no en rebem".

Per interpretar els resultats, cal tenir present que en les respostes es detecta que s'ha entès la pregunta en dos sentits diferents: per uns, es tractava de dir si estan d'acord que se'ls proporcioni publicitat, i per altres si el volum de publicitat és satisfactori. Aquesta circumstància afecta el volum de respostes positives, en conseqüència.

**10. Distribuiu El Còmic de la premsa comarcal?**

NS/NC: 1

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Si	32	40 %
No	48	60 %

*Idees que complementen les respostes:*

Hi ha dues publicacions que el distribuïen però han deixat de fer-ho, i una manté dubtes. Una altra publicació diu que només a alguns subscriptors.

**11. Si no ho feu, per què?**

NS/NC: 38 (*incloses les publicacions que distribueixen el Còmic*)

*(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)*

Perquè és incompatible amb la revista*	19
Per qüestions econòmiques	8
Perquè no ens arriba/ no el coneixem	6
Perquè no ens aportaria més lectors	2
Perquè el trobem dolent	1
Altres**	7

\* Per motius de periodicitat, format, pel tipus de públic de la revista, o pel tipus de contingut de la revista

\*\* Altres: no disposen de temps o mitjans, no s'hi ha interessat per ara, no es van decidir al seu moment, no el necessiten, ja en tenen un de propi, el van deixar perquè no va tenir èxit.

## 12. Quina opinió teniu d'El Comic?

NS/NC: 24 (inclosos els qui diuen que no el coneixen prou)

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Molt interessant/molt bona	10	18 %
Interessant/bona	24	42 %
Força interessant	5	9 %
No massa bona/flux/poc atractiu	13	23 %
Dolenta	2	3 %
Molt dolenta	2	3 %
Poc adequat	1	2 %

*Idees que complementen les respostes:*

És atapeït, poc àgil de lectura

És massa específic

És massa modern

Hi ha massa suplementos, en tota la premsa

Pot enganxar els joves

Actua de nexa entre les publicacions

**13. Coneixeu altres publicacions comarcals que no siguin membres de l'ACPC?**

NC: 12

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Si	30	43 %
No	39	57 %

*Comentari:*

Una part dels editors esmenten títols de publicacions, de la seva pròpia zona o de zones pròximes, dels quals desconeixen si pertanyen o no a l'associació.

## 2a part. Sobre la publicació i l'entitat editora

### 14. Quina estructura teniu?

NS/NC: 3

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Empreses (SL)	5	6,4 %
Associacions de Veïns	3	3,8 %
Associacions culturals	55	70,6 %
Col·lectius/consells de redacció	2	2,6 %
Parròquies	2	2,6 %
Ajuntaments/empreses municipals	3	3,8 %
Secció dins una altra entitat	3	3,8 %
Entitats sense lucre (no especifiquen)	2	2,6 %
Altres	3	3,8 %

#### *Observacions:*

S'ha inclòs com a publicacions d'ajuntaments les editades per empreses municipals i per patronats municipals.



**15. Feu altres activitats? Quines.**

NS/NC: 3

*(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)*

Manifestacions culturals*	27
Altres edicions i mitjans **	21
Certàmens literaris, premis	8
Festes populars	7
Esportives	4
D'ajut humanitari	1
Parroquials	1
Cap/quasi mai	30

\* Inclou: exposicions, conferències, debats, col.loquis, etc.

\*\* Edició de llibres, altres publicacions, CD, participació a la ràdio

**16. Teniu registrada la capçalera de la publicació?**

NC: 6

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Si	29	39 %
No	36	48 %
No n'estan segurs	9	12 %
A nom d'una persona	1	1 %

**17. Com veieu el futur de la vostra publicació?**

NS/NC: 6

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Estable/optimista/bé	30	40 %
Regular/"anar fent"	20	27 %
Incert/difícil	16	21 %
Malament	8	11 %
Altres ("digital")	1	1 %

*Comentaris:*

Alguns dels editors formulen comentaris amplis sobre el futur, i en la majoria dels casos les preocupacions que apareixen fan referència als problemes econòmics, la manca o insuficiència de les subvencions, la manca de lectors i la manca de col.laboradors. Algú apunta també la possibilitat de passar a ser una publicació gratuïta o digital.

## 18. Hi ha relleu generacional

NC: 3

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Hi ha relleu clar	18	23 %
Força clar	10	13 %
És dubtós/poc relleu	23	30 %
Gens/molt poc	21	27 %
No cal, per ara	6	7 %

*Idees clau que apareixen en la justificació de les respostes:*

Cada cop és més difícil, és el comentari reiterat per molts dels editors.  
Si no hi ha remuneració, és molt difícil (3)

*Comentari:*

Aquesta pregunta ha pogut ser interpretada de forma diferent pels editors, a la vista de les respostes. Alguns arguments exposats fan pensar que algunes respostes emplaçades a la categoria "gens" corresponen a publicacions que no s'han hagut de plantejar el tema encara, però s'ha respectat a l'hora de classificar-les l'afirmació inicial que expressen.

En l'anàlisi comparada de les respostes a aquesta pregunta i l'anterior, s'ha detectat que hi ha alguns editors que veuen bé el futur, però no obstant plantegen un problema greu de relleu generacional.

## 19. Com treballem la publicitat?

NS/NC: 7 (inclou respostes imprecises, que no és possible classificar)

(Pregunta amb possibilitat de respostes múltiples)

Per contactes directes dels membres de la revista	34
Mitjançant agents remunerats	14
Mitjançant agències	2
Mitjançant col.laboradors voluntaris	3
Telemàrqueting	1
Arriba directament, no cal buscar-la	12
Altres (com podem, fatal, per inèrcia)	7
No tenen publicitat	6

### *Comentari:*

Tot i que s'ha integrat les respostes en categories d'acord amb les explicacions sovint àmplies que han proporcionat els editors, de la seva lectura completa es desprèn que la majoria de les publicacions basen la captació de publicitat en els contactes directes que tenen amb els anunciants potencials, en tractar-se d'establiments o empreses de la mateixa àrea. Molts d'ells, a més, ho fan d'una manera estable al llarg del temps, o els arriba sense cap acció específica. Hi ha, però, també referències a la dificultat d'obtenir-la i a la impossibilitat de fer-ho amb una estructura adequada.

## 20. Com capteu nous subscriptors?

NS/NC: 6

*(Pregunta amb possibilitat de respostes múltiples)*

De forma directa *:	32
Amb la butlleta a la revista:	12
A través de l'associació:	6
En actes i fires locals:	8
Mitjançant campanyes puntuals:	6
Mitjançant ofertes i promocions:	8
Amb un agent:	2
Mitjançant <i>mailing</i> o telemarquèting	2
No fan cap iniciativa de captació:	13

\* Inclou diverses formes de relació directa, com visites dels membres de la revista, contactes, i sobretot s'esmenta la forma del "boca-orella".

*Idees que apareixen en l'explicació de les respostes (entre parèntesi, nombre de revistes que han expressat la idea):*

Les campanyes no funcionen massa (4)

La revista és bona, i aquest és el principal motiu que es facin subscriptors (3)

No disposen de persones per a fer les accions

## 21. Com aconseguir més recursos?

NS/NC: 15 (inclou respostes imprecises, que no és possible classificar)

*Pregunta amb respostes obertes i múltiples*

### ***Advertència prèvia:***

*Aquesta pregunta ha generat dues línies de resposta totalment diferents, que fan impossible una interpretació exacte: algunes editors responen en el sentit de què fer per augmentar els recursos a partir de la situació present, mentre d'altres exposen les fonts de finançament que utilitzen en general. Davant la impossibilitat de diferenciar-les, s'ha optat per relacionar les idees-clau que apareixen en les respostes, de manera que el nombre de mencions a cadascuna permet oferir una idea general sobre el tema.*

*Idees clau que apareixen en les respostes:*

Publicitat	19
Subscripcions i vendes	8
Suvençions (sense concretar)	28
Suvençions Generalitat	2
Ajuntaments	6

### *Formes concretes:*

Augmentant quotes	4
Incrementant subscriptors	4
Amb contactes personals	3
Fent sorteigs, festes, etc.	4
Reforçant la publicitat	1
Amb aportacions locals	2
Reduint costos	3
Amb recursos propis/personals	2
Venent llibres, punts de llibre, etc.	2

## 22. Teniu pàgina web pròpia?

NC: 0

	<i>Total</i>	<i>Percentatge</i> <i>(sense NS/NC)</i>
Si:	26	32 %
No:	48	59 %
En construcció:	7	9 %

*Comentari:*

Algunes publicacions que no en tenen expressen, però, la intenció de crear-la.  
Altres publicacions estan allotjades en webs d'entitats més grans.

## 23. Si és que sí, quins continguts hi poseu?

NC: 56 (inclou les que no tenen web, d'acord amb l'enunciat de la pregunta)

*(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)*

El darrer número complet (PDF, etc.):	16
Arxiu / hemeroteca:	4
Índex:	2
Portades:	1
Articles principals:	6
Resum d'articles:	2
Debats i enquestes:	4
Concursos:	1
Avenç de notícies:	1
Notícies recents:	7
Informació de festes locals:	1
Enllaços locals i a publicacions:	2
Recepció d'articles:	1
Espai pels subscriptors:	3
Tarifes:	2
Publicitat:	1



## 24. Què opineu de la premsa gratuïta?

NS/NC: 14 (inclou respostes sense concretar, impossibles de classificar)

(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)

### *Valoracions positives:*

No afecta/no ens preocupa en la nostra zona	10
Més possibilitats d'informació	15
Ajuda a crear hàbits de lectura per a les altres	5
No competeix amb la nostra funció informativa	10

### *Sense valoració:*

És un fenomen creixent, amb molt futur	8
--	---

### *Valoracions negatives:*

És una competència negativa	9
Més competència publicitària	3
Ha de ser més catalana	2
Banalitza la informació	1
Ha de ser més interessant informativament	2
És publicitat només	7
Té escàs valor	5

### *Altres idees expressades en l'argumentació de les respostes:*

No és tan propera a la gent

És un altre món, no compleix les mateixes funcions que la premsa comarcal

És un fenomen imparable, amb molt de futur

Caldria parlar també de la competència que fan els butlletins dels Ajuntaments

**25. Compartiu experiències amb altres publicacions.**

NC: 1

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Si:	22	27 %
No:	42	53 %
Ocasionalment, una mica:	13	16 %
Abans si:	3	4 %

*Comentari:*

S'ha inclòs entre les que comparteixen experiències les que fan intercanvis d'exemplars, quan així ho expressen com a forma d'intercanvi. Si no es compta, hi ha una majoria encara més aclaparadora de publicacions sense intercanvis d'experiències.

## **26. Teniu alguna idea per potenciar les nostres revistes?**

NC: 26 (inclou les respostes sense concreció, impossibles de classificar)

(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)

No/cap:	28
Obtenir més publicitat institucional	5
Obtenir publicitat d'empreses	1
Fer promoció en els mitjans de comunicació	2
Més pressió per obtenir reconeixement de les institucions públiques	4
Obtenir més recursos econòmics	3
Millorar les revistes	4
El Còmic	2
Realitzar fires (com altres associacions de premsa en català)	2
Fer promocions i regals	1
Avançar cap a la semiprofessionalització	1
Compartir experiències	1

*Altres idees que s'expressen en les respostes:*

Cal influir des de l'ACPC perquè els ajuntaments no facin premsa municipal  
i potenciïn les revistes independents

Cal distingir-se dels altres mitjans, pels continguts

Cal fer sentir la veu de les publicacions més petites

**27. Heu pensat mai en la professionalització o semiprofessionanlització del mitjà?**

NC: 6 (inclou les respostes sense concreció, impossibles de classificar)

	<i>Total</i>	<i>Percentatge</i> <i>(sense NS/NC)</i>
Si	21	28 %
Si (semiprofessionalització)	4	5 %
Ja en som	6	8 %
No	30	40 %
No és viable/possible	14	19 %

*Comentaris:*

Cal advertir en primer lloc que hi ha una certa ambigüitat en les respostes, i per tant en la posterior classificació, ja que la idea que és impossible o inviable alguns editors l'expressen a partir de la resposta afirmativa (si que hi ha pensat però no és possible) i d'altres des de la negativa (no hi pensen ja que no és possible). Aquesta circumstància desfigura els resultats definitius. Amb tot, però, es detecta una majoria clara de publicacions que no hi pensen, no ho volen o no ho veuen factible.

D'altra banda, cal recollir que de la mateixa manera que hi ha editors que no ho consideren desitjable en absolut, n'hi ha d'altres que desitjarien semiprofessionalitzar les revistes, i ho intenten.

### 3<sup>a</sup> part. Les polítiques d'ajut de les administracions públiques

#### 28. L'Ajuntament us dóna subvenció?

NC: 3

*(no s'han inclòs tampoc les respostes de tres publicacions vinculades a Ajuntaments)*

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Si	43	58 %
No	27	36 %
Si, puntualment	1	1 %
Si, a l'associació que acull la revista	4	5 %

**29. Teniu alguna acord o conveni amb l'Ajuntament en concepte de publicitat?**

NC: 2

*(no s'han inclòs tampoc les respostes de tres publicacions vinculades a Ajuntaments)*

	<i>Total</i>	<i>Percentatge (sense NS/NC)</i>
Si	12	16 %
No	55	72 %
Altres fórmules	9	12 %

*Comentaris conjunt a les preguntes 28 i 29:*

Hi ha publicacions que tenen relacions de suport que van més enllà dels ajuts directes o els convenis de publicitat: adquisició d'exemplars, contrapartides de pàgines informatives, cessió de locals o instal.lacions, etc.

De l'anàlisi conjunta de les dues preguntes es conclou que en la premsa comarcal coexisteixen les quatre combinacions d'ajut econòmic i publicitat: algunes no reben cap de les dues formes, altres les dues, i la resta una o l'altra. Amb tot, són una minoria les que no reben ajut d'una manera o una altra.

### 30. Què penseu del suport de les institucions a la premsa local i comarcal?

NS/NC: 4 (inclou les respostes no concretes, impossibles de classificar)

(Pregunta de resposta oberta i múltiple. S'han agrupat les idees que cada publicació ha expressat en les categories principals que permeten descriure el tema)

Escàs/insuficient/ha d'augmentar	35
Correcte/suficient	11
Regular	3
No hi ha suport	1
És imprescindible/necessari /bàsic	22
Ha de respectar la independència del mitjà	3
Han de tenir-hi més interès	2
Ha de ser més transparent	3
Cal augmentar el suport a les revistes més petites	2
Han de potenciar més les revistes	2

*Altres idees expressades en les respostes (entre parèntesi, nombre de publicacions que l'esmenten):*

És massa burocràtic  
Arriba amb massa retard  
És massa burocràtic  
Genera clientelisme

*Comentaris:*

Aquesta pregunta ha estat interpretada per les revistes de dues maneres diferents: avaluació del suport que actualment donen, o opinió sobre la necessitat que les institucions donin suport a la premsa comarcal. Això fa impossible avaluar les respostes a partir d'un sol entre els dos criteris, i s'ha optat per esmentar les idees clau expressades, que per elles mateixes ja aporten informació dels sentiments majoritaris.

La major part dels comentaris apunten en dues direccions: l'ajut públic és fonamental per al funcionament de les revistes, i és clarament insuficient. A partir d'aquí, apareixen altres consideracions sobre necessitat que no afectin la independència de les revistes i la transparència que han de tenir.

# ENQUESTA A LES PUBLICACIONS:

## 3. Qüestionaris

### ENQUESTA A SETMANARIS I DIARIS

#### 1ª. part: Sobre l'ACPC

23. Què representa per a vosaltres l'ACPC?

24. Per què hi sou?

25. Què opineu del funcionament actual de l'ACPC, globalment?

26. En quines de les seves activitats participeu habitualment?

Fundació  
Central de compres  
Central de vendes  
Assemblees  
Congressos  
Activitats de formació  
*Altres:*

27. Esteu satisfets de la publicitat que en rebeu? Per què?

28. Què trobeu a faltar en l'ACPC

Flexibilitat per intervenir o no en operacions conjuntes  
Més projectes comuns entre publicacions equiparables



Col.laboracions entre publicacions equiparables  
Col.laboracions amb l'APPEC  
Col.laboracions amb L'associació de la premsa gratuïta  
*Altres coses*

**29. Si escau, quin tipus de col.laboració caldria establir amb les altres associacions de premsa en català?**

**2<sup>a</sup> part. Sobre la vostra publicació i l'entitat editora**

**30. Quina personalitat jurídica teniu? (cooperativa, societat limitada, societat anònima, Associació cultural, etc.)**

**31. Com treballeu la publicitat? (departament comercial, agents lliures, col.laboradors....)?**

**32. Com capteu nous subscriptors? (departament comercial, agent de vendes....)**

**33. Realitzeu campanyes de promoció de la vostra publicació?**

**34. Teniu club del subscriptor o altres fórmules de vinculació amb els lectors?**

**35. Realitzeu altres activitats comunicatives?:**

Edició d'altres publicacions de pagament  
Edició de gratuïts  
Ràdio  
Televisió local  
Pàgines web a internet  
Serveis publicitaris  
Serveis d'edició o impremta  
*Altres:*

**36. Voldríeu realitzar altres activitats comunicatives?:**

Edició d'altres publicacions de pagament  
Edició de gratuïts  
Ràdio  
Televisió local  
Pàgines web a internet  
Serveis publicitaris  
Serveis d'edició o impremta  
*Altres:*

37. Hi ha garantit el possible relleu de les persones que hi treballen (professional, generacional) en la vostra publicació?

38. Com veieu el futur de la vostra publicació?

39. L'existència (si és el cas) de publicacions gratuïtes, com afecta a la vostra publicació?

40. Quines creieu que són les principals amenaces per a la supervivència de la publicació

La competència de la premsa d'abast geogràfic superior  
La competència de les publicacions gratuïtes d'informació  
La competència de les publicacions de petits anuncis  
Internet  
La possible falta d'interès dels joves per la lectura  
La mobilitat laboral de la població  
La instal·lació de població aliena a l'àmbit geogràfic que cobriu  
La possible pèrdua d'interès pels temes locals

*Altres:*

41. Quins és el perfil social majoritari dels vostres lectors?

42. Creieu que ha canviat en els darrers deu anys el perfil del vostre lector? En quin sentit?

### 3<sup>a</sup> part. Les polítiques d'ajuts de les administracions públiques

43. De quines Administracions rebeu ajut econòmic (Conveni de publicitat, subvenció)

Ajuntament/s  
Consell/s Comarcal  
Generalitat

*Altres:*

44. Creieu que hauria de ser més important el suport econòmic a la vostra publicació per part de:

Ajuntament  
Consell comarcal  
Diputació  
Generalitat de Catalunya

## ENQUESTA A LES PUBLICACIONS D'ALTRA PERIODICITAT

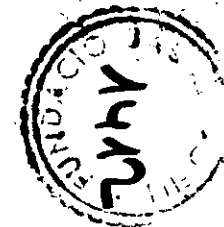
### 1ª part: Sobre l'ACPC

31. Què representa per a vosaltres l'ACPC?
32. Per què hi sou?
33. Què opineu del funcionament actual de l'ACPC, globalment?
34. Què hi trobeu a faltar?
35. Seguiu habitualment les seves activitats?
36. Estaríeu interessats a formar part d'alguna comissió de treball de l'ACPC?
37. Quantes vegades a l'any entreu a la web de l'ACPC?
38. Què opineu de la web de l'ACPC? Què hi trobeu a falta?
39. Esteu satisfets de la publicitat que en rebeu?
40. Distribuïu El Còmic de la premsa comarcal?
41. Si no ho feu, per què?
42. Quina opinió teniu d'El Còmic?
43. Coneixeu altres publicacions comarcals que no siguin membres de l'ACPC?

## 2a part. Sobre la publicació i l'entitat editora

44. Quina estructura teniu? (empresa, associació cultural ,etc.)
45. Feu altres activitats? Quines.
46. Teniu registrada la capçalera de la publicació?
47. Com veieu el futur de la vostra publicació?
48. Hi ha relleu generacional
49. Com treballeu la publicitat?
50. Com capteu nous subscriptors?
51. Com aconsegiu més recursos?
52. Teniu pàgina web pròpia?
53. Sí és que sí, quins continguts hi poseu?
54. Què opineu de la premsa gratuïta?
55. Compartiu experiències amb altres publicacions.
56. Teniu alguna idea per potenciar les nostres revistes?
57. Heu pensat mai en la professionalització o semiprofessionanlització del mitjà?
58. L'Ajuntament us dóna subvenció?
59. Teniu alguna acord o conveni amb l'Ajuntament en concepte de publicitat?
60. Què penseu del suport de les institucions a la premsa local i comarcal?

# La premsa local i comarcal i l'ACPC. Enquesta i anàlisi



## Enquesta al col.lectiu de diaris i setmanaris

25 respostes, per a un col.lectiu de 29 publicacions.

86 % de resposta



## Enquesta al col.lectiu de quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

81 respostes, per a un col.lectiu de 97 publicacions

84% de resposta



# Què representa per a vosaltres l'ACPC?



## Diaris i setmanaris

### *Agrupacions principals de respostes:*

- Representació del col.lectiu 4
- Permet agrupar els mitjans (necessitat d'associar-se) 6
- Donar ajut, suport i prestar serveis 4
- Aconseguir avantatges col.lectivament 1
- Agència de publicitat institucional, font de publicitat 2
- Resposta a una necessitat professional 1
- Espai de discussió i informació entre la la premsa comarcal 6
- Entitat que vetlla pels interessos de la premsa comarcal 3
- Font de publicitat 3
- Instrument de relació amb les Administracions 3
- Poc: és només una entitat a la qual estem associats 1

# Què representa per a vosaltres l'ACPC?



## Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

- |   |    |
|---|----|
| - Representació del col.lectiu                                    | 9  |
| - Espai de discussió i intercanvi de la premsa comarcal           | 41 |
| - ajut, suport, defensa i prestació de serveis a les publicacions | 25 |
| - Font de publicitat  | 5  |
| - Defensa comuna d'interessos                                     | 11 |
| - Projecció   | 2  |
| - Defensa de la llengua i la cultura catalanes                    | 3  |
| - Poc: és només una entitat a la qual estem associats             | 5  |





## Per què hi sou?

### Diaris i setmanaris

#### *Agrupacions principals de respostes:*

- |   |   |
|---|---|
| - Per a donar-li força/fer-li costat                              | 2 |
| - Pel sentiment de pertanyença/militància                         | 3 |
| - Pel fet de ser-ne fundadors                                     | 2 |
| - Per tradició  | 1 |
| - Per solidaritat   | 1 |
| - Per creure necessari/beneficis l'associacionisme                | 5 |
| - Per la necessitat d'un instrument de representació col.lectiva  | 2 |
| - És una plataforma d'interrelació i/o informació                 | 1 |
| - Per la necessitat de no aïllar-se de les publicacions en català | 1 |
| - Per obtenir avantatges publicitaris                             | 3 |
| - Per obtenir beneficis en serveis                                | 2 |
| - Perquè ajuda les publicacions                                   | 1 |
| - Per l'assessorament i informació                                | 5 |



## Per què hi sou?

### Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

#### *Agrupacions principals de respostes:*

- |   |    |
|---|----|
| - Per sumar esforços  | 29 |
| - Per convicció de la necessitat de ser-hi                  | 13 |
| - Per l'assessorament i informació que en reben             | 11 |
| - Pel suport institucional, legal o tècnic i els avantatges | 21 |
| - Pel fet de ser-ne fundadors                               | 4  |
| - Perquè en conjunt resulta beneficiós                      | 3  |
| - Per creure necessari/beneficiós l'associacionisme         | 14 |
| - No ho saben/per inèrcia/no s'ho han plantejat             | 6  |
| - Per la necessitat d'un instrument de representació        | 1  |
| - Per obtenir avantatges publicitaris                       | 1  |

# Què opineu del funcionament actual de l'ACPC, globalment?



## Diaris i setmanaris

### ***Valoració positiva***

**10**

Molt correcte

2

Correcte

8

### ***Valoració negativa***

**10**

Deficient

4

Té mancances/ha de canviar

6

# Què opineu del funcionament actual de l'ACPC, globalment?



Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

Molt Positiu/molt bé:	8	12 %
Correcte/bo/eficient/adequat:	42	62 %
Bo, però millorable/força bé:	11	16 %
Ha de millorar/negatiu:	4	6 %
Hi ha poc contacte:	3	4 %



## Què trobeu a faltar en l'ACPC

### Diaris i setmanaris

	<b>Si</b>	<b>No</b>
Flexibilitat per intervenir o no en operacions conjuntes	7	6
Més projectes comuns entre publicacions equiparables	16	1
Col.laboracions entre publicacions equiparables	15	1
Col.laboracions amb l'APPEC	10	5
Col.laboracions amb L'associació de la premsa gratuïta	6	9

### *Altres coses :*

- Disposar d'agència de publicitat pròpia (com APPEC i ACPG)
- Textos i materials per a compartir
- Un esperit més empresarial
- Informació sobre ofertes de serveis
- Assessorament per demanar ajuts
- Més contacte amb els socis
- Més publicitat
- Un comercial a Barcelona per a comarques
- Iniciatives d'ajut per als de menys poder adquisitiu
- Intercavni d'experiències amb associacions foranes



## Què trobeu a faltar en l'ACPC

### Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

Res	14
Més aportació de publicitat i publicitat institucional	15
Publicitat específica per a les revistes petites	1
Més contacte i informació a les publicacions	13
Més informació pràctica	3
Un butlletí informatiu	2
Més descentralització i delegacions territorials	3
Més activitats de formació	6
Més suport a les revistes trimestrals	3
Més esforç per obtenir ajuts i recursos econòmics	4
Més força davant l'Administració Pública	3
Més projecció/presència exterior	3
Textos per publicar a les revistes	1
Organitzar rodes de premsa	1
Obtenir acreditacions de premsa per a les revistes	2
Més interès per part dels associats	2



## Seguiu habitualment les seves activitats?

Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

	<i><b>Total</b></i>	<i><b>Percentatge</b></i>
Sí:	22	28 %
Si, però no massa	28	35 %
No:	29	37 %

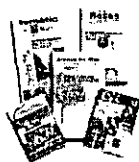


# Quantes vegades a l'any entreu a la web de l'ACPC?

Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

	<b>Total</b>	<b>Percentatge</b> <i>(sense NS/NC)</i>
Mai/quasi mai	18	26 %
Molt poc/algun cop	12	17 %
Poques (menys d'un cop al mes)	27	39 %
Sovint (d'un a dos cops al mes)	8	12 %
Molt sovint (dos cops o més al mes)	4	6 %





## Distribuiu El Còmic de la premsa comarcal?

Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

	<i>Total</i>	<i>Percentatge</i> <i>(sense NS/NC)</i>
Si	32	40 %
No	48	60 %

### Si no ho feu, per què?

Perquè és incompatible amb la revista	19
Per qüestions econòmiques	8
Perquè no ens arriba/ no el coneixem	6
Perquè no ens aportaria més lectors	2
Perquè el trobem dolent	1
Altres	7



## En quines de les seves activitats participeu habitualment?

Diaris i setmanaris

	<i>Participen</i>	<i>No part.</i>
Fundació	11	10
Central de compres	2	15
Central de vendes	9	12
Assemblees	14	9
Congressos	13	9
Activitats de formació	10	10
<b><i>Altres:</i></b>		
Junta	2	
Reunions de setmanaris professionals	1	



## Esteu satisfets de la publicitat que en rebeu?

Diaris i setmanaris

Si	7
No	10
No massa	5
Altres	1

### Altres idees clau

És molt poca /insuficient (3)

És poca (5)

La que reben la podríem aconseguir directament (2)

Cal segmentar les propostes/ofertes entre publicacions (3)

Insatisfacció perquè no tota arriba a tots els setmanaris (2)



## Esteu satisfets de la publicitat que en rebeu?

Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

Si	29	43 %
No massa/ és millorable	11	16 %
No/ és massa poca	28	41 %

Altres idees clau (i nombre de publicacions que l'esmenten):

N'hi hauria d'haver d'empreses privades (2)

Ha baixat darrerament (5)



## Quina personalitat jurídica teniu?

### Diaris i setmanaris

Societat Limitada	13
Societat Anònima	4
Grup d'empreses	1
Fundació privada	1
Associació Cultural	5
Parròquia	1
Total:	
Empreses/grups empresarials	18
Entitats sense afany de lucre	7



## Quina estructura teniu?

Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

	<i><b>Total</b></i>
Empreses (SL)	5
Associacions de Veïns	3
Associacions culturals	55
Col.lectius/consells de redacció	2
Parròquies	2
Ajuntaments/empreses municipals	3
Secció dins una altra entitat	3
Entitats sense lucre (no especifiquen)	2
Altres	3



## Realitzeu o voldríeu realitzar altres activitats comunicatives?

### Diaris i setmanaris

	<b><i>Si</i></b>	<b><i>No</i></b>
Edició d'altres publicacions	10	7
Edició de gratuïts	10	8
Ràdio	7	10
Televisió local	9	6
Pàgines web a internet	14	3
Serveis publicitaris	15	4
Serveis d'edició o impremta	11	6



## Feu altres activitats?

### Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

Manifestacions culturals	27
Altres edicions i mitjans	21
Certàmens literaris, premis	8
Festes populars	7
Esportives	4
D'ajut humanitari	1
Parroquials	1
Cap/quasi mai	30

### Teniu pàgina web pròpia?

Si:	26
No:	48
En construcció:	7



## Com treballem la publicitat?

### Diaris i setmanaris



Departament comercial	16
Exclusivista	2
Agents lliures	4
Amb col.laboradors i altres formes directes	6
Sense fórmula	1

## Com treballem la publicitat?

### Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals



Per contactes directes membres revista	34
Mitjançant agents remunerats	14
Mitjançant agències	2
Mitjançant col.laboradors voluntaris	3
Telemàrqueting	1
Arriba directament, no cal buscar-la	12

## Com capteu nous subscriptors?

### Diaris i setmanaris



Departament comercial o oficina	13
Agent	1
Club del subscriptor	1
Televending, telemarketing	2
Promocions	3
Col.laboradors	1
Mitjançant entitats locals	2
Sense cap acció	5

## Com capteu nous subscriptors?

### Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals



De forma directa:	32
Amb la butlleta a la revista:	12
A través de l'associació:	6
En actes i fires locals:	8
Mitjançant campanyes puntuals:	6
Mitjançant ofertes i promocions:	8
Amb un agent:	2
Mitjançant <i>mailing</i> o telemarqueting	2
No fan cap iniciativa de captació:	13

**Hi ha garantit el possible relleu de les persones que hi treballen  
(professional, generacional) en la vostra publicació?**

**Diaris i setmanaris**



Si	17
Si (no categòric)	4
No	4

**Hi ha relleu generacional**

**Quinzenals, mensuals,  
bimestrals i trimestrals**



Hi ha relleu clar	18	23 %
Força clar	10	13 %
És dubtós/poc relleu	23	30 %
Gens/molt poc	21	27 %
No cal, per ara	6	7 %



## Com veieu el futur de la vostra publicació?

### Diaris i setmanaris

<b><i>Respostes de caire positiu:</i></b>	<b>15</b>
Bé/estable/sense problemes/consolidat	9
Amb optimisme	3
En expansió	1
Sense massa dificultats	2
<b><i>Respostes de caire negatiu:</i></b>	<b>6</b>
Fosc/negre/difícil	5
Amb dificultats/amb incertesa	2
<b><i>Respostes intermèdies:</i></b>	<b>2</b>
Com la resta de les empreses/premsa	2



## Com veieu el futur de la vostra publicació?

### Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

Estable/optimista/bé	30	40 %
Regular/"anar fent"	20	27 %
Incert/difícil	16	21 %
Malament	8	11 %
Altres ("digital")	1	1 %

# L'existència (si és el cas) de publicacions gratuïtes, com afecta a la vostra publicació?



## Diaris i setmanaris

**Respostes de caire positiu:** 6

No afecta/no molesta 6

**Respostes de caire negatiu:** 13

Afecta /afecta molt 5

Si, en la venda de publicitat 7

Una mica 1

**Altres respostes:** 4

No hi ha gratuïts en la zona 1

Afecta poc en la zona 3

# Què opineu de la premsa gratuïta?



## Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

### ***Valoracions positives:***

Més possibilitats d'informació	15
Ajuda a crear hàbits de lectura per a les altres	5
No competeix amb la nostra funció informativa	10

### ***Sense valoració:***

No afecta/no ens preocupa en la nostra zona	10
És un fenomen creixent, amb molt futur	8

### ***Valoracions negatives:***

És una competència negativa	9
Més competència publicitària	3
Ha de ser més catalana	2
Banalitza la informació	1
Ha de ser més interessant informativament	2
És publicitat només i té escàs valor	12

# Quines creieu que són les principals amenaces per a la supervivència de la publicació



## Diaris i setmanaris

	<i>Si</i>	<i>No</i>
La competència de la premsa d'abast geogràfic superior	4	13
La competència de les publicacions gratuïtes d'informació	11	6
La competència de les publicacions de petits anuncis	7	9
Internet	4	11
La possible falta d'interès dels joves per la lectura	12	7
La mobilitat laboral de la població	4	11
La instal·lació de població aliena a l'àmbit geogràfic que cobriu	7	10
La possible pèrdua d'interès pels temes locals	5	10



Creieu que hauria de ser més important el suport econòmic a la vostra publicació per part de:



Diaris i setmanaris

	<i>Si</i>	<i>Ja és correcte</i>
Ajuntament	17	3
Consell comarcal	18	2
Diputació	16	4
Generalitat de Catalunya	19	3

# Què penseu del suport de les institucions a la premsa local i comarcal?



## Quinzenals, mensuals, bimestrals i trimestrals

Escàs/insuficient/ha d'augmentar	35
Correcte/suficient	11
Regular	3
No hi ha suport	1
És imprescindible/necessari /bàsic	22
Ha de respectar la independència del mitjà	3
Han de tenir-hi més interès	2
Ha de ser més transparent	3
Cal augmentar el suport a les revistes més petites	2
Han de potenciar més les revistes	2