



Grau en Comunicació Cultural

Anàlisi del diari *Menorca* i del seu entorn comunicatiu escrit

Autor: Joan Coll Bagur

Tutor: Lluís Costa Fernández

16/07/2020

Índex

1 – Resum i paraules clau.....	3
2 – Introducció.....	4
3 – Marc teòric.....	5-15
3.1 – La comunicació i els mitjans de comunicació de proximitat.....	5-8
3.2 – La comunicació <i>online</i> i la digitalització dels mitjans de comunicació.....	8-13
3.3 – La comunicació i els mitjans de comunicació escrits de proximitat a Menorca.....	13-15
4 – Metodologia.....	15-16
5 – Anàlisi del diari <i>Menorca</i> i del mapa comunicatiu escrit de l’illa.....	17-31
5.1 – Antecedents de la comunicació de proximitat a Menorca.....	17-18
5.1.1 – Antecedents del diari <i>Menorca</i> i l’ <i>Última Hora</i>	17-18
5.2 – Anàlisi del diari <i>Menorca</i>	19-31
5.2.1 – Línia editorial i públic.....	19
5.2.2 – Difusió i tirada.....	20
5.2.3 – Finançament i plantilla.....	21-22
5.2.4 – Estructura i continguts.....	22-27
5.2.5 – Idioma.....	28-29
5.2.6 – Competència i mitjans escrits alternatius.....	29-31
6 – Polítiques públiques al voltant de la comunicació menorquina.....	32-34
7 – Conclusions.....	34-39
7.1 – Proposta d’un nou mitjà alternatiu al diari <i>Menorca</i>	34-39
7.1.1 – Finançament.....	36-37
7.1.2 – Continguts i estructura.....	38-39
8 – Bibliografia i webgrafia.....	40-41
9 – Annexos.....	42-62
9.1 – Entrevista a Josep Bagur.....	42-47
9.2 – Entrevista a Jordi Ribera.....	48-51
9.3 – Entrevista a Josep Ritort.....	51-54
9.4 – Entrevista a exdirectora insular de Comunicació del CIME.....	54-59
9.5 – Entrevista a Magdalena Arnau.....	60-62

Anàlisi del diari *Menorca* i del seu entorn comunicatiu escrit

1- Resum i paraules clau

En aquest treball s'ha analitzat la realitat comunicativa de la premsa escrita a l'illa de Menorca, davant el monopoli existent pel diari *Menorca* en els diaris en paper des del 2013. Per dur a terme aquesta anàlisi, s'han tingut en compte diversos factors que constitueixen l'organisme comunicatiu escrit de Menorca. Partint de l'anàlisi exhaustiva del diari *Menorca*, passant per la competència que suposa el naixement de mitjans digitals, tenint en compte la importància social i política que ha adquirit el diari *Menorca* a través d'anys d'existència i la relació amb el poder polític de l'illa, s'han arribat a una sèrie de conclusions de cara al present i sobretot el futur del mapa comunicatiu escrit de l'illa de Menorca davant la manca d'alternatives sòlides al *Menorca*.

Paraules clau: monopoli, Menorca, idioma, diari

2- Introducció

El mapa comunicatiu de l'illa de Menorca, pel que fa a la premsa escrita, no és massa complex. Més enllà de les capçaleres d'abast estatal, l'illa menor de les Balears no compta amb una gran varietat de mitjans de comunicació escrits. De fet, l'únic diari menorquí que es publica en paper a dia d'avui és el *Menorca* que té, per tant, el monopoli informatiu de la premsa en paper a l'illa.

Des del 2013, el diari *Menorca* és l'únic mitjà de comunicació escrit en paper propi de Menorca que es publica. En aquest treball s'indagarà sobre els motius d'aquest monopoli escrit a la premsa menorquina, en la manca d'alternatives també en el món digital i, a més, en la manca d'alternatives en català, pel fet de tenir a Menorca una majoria de població catalanoparlant. Cal advertir que el diari *Menorca* es publica majoritàriament en castellà, fet que xoca amb la realitat lingüística no només de l'illa, sinó també de la comunitat autònoma de les Illes Balears.

Per aquest motiu, la hipòtesi a partir de la qual es centrarà aquest treball és la necessitat de creació d'un mitjà de comunicació escrit en català alternatiu al diari *Menorca*, que no és suficient per la població de Menorca. La hipòtesi també parteix amb la base de la dificultat que suposaria crear un diari en paper, així que la creació d'aquest hipotètic diari alternatiu a Menorca seria (com a mínim al principi) de forma digital. La pluralitat de mitjans de comunicació és un fet indispensable per una bona llibertat de pensament, una única capçalera amb una única línia editorial per informar-se sobre una illa de 96.000 habitants (aproximadament) sona insuficient tenint en compte la realitat comunicativa d'altres indrets, com pot ser el cas de Catalunya, amb un elevat percentatge de mitjans de comunicació de proximitat. A més, la hipòtesi també inclou una bona rebuda d'un mitjà de comunicació alternatiu en català per part d'un públic més jove, que no es sent identificat amb la línia editorial del diari *Menorca* i reclama un diari alternatiu.

Una altra hipòtesi d'aquest treball és que Menorca no té més diaris en paper i publicacions digitals pel control de la totalitat dels òrgans comunicatius de l'illa per part del diari *Menorca*. La comoditat que té actualment el diari i la seguretat de tenir un públic obligatòriament fidel complica la creació d'un nou mitjà, ja que acabar de néixer i competir amb el *Menorca* és una batalla perduda.

3- Marc teòric

3.1- La comunicació i els mitjans de comunicació de proximitat

Els mitjans de comunicació de proximitat viuen actualment una doble realitat. Per una banda, se'ls reconeix com els mitjans més propers a la informació local, els que tenen més abast a conèixer els fets per la simple proximitat física de les seves redaccions. Per altra banda, però, perden la batalla del pastís publicitari i de difusió amb els mitjans de comunicació estatals, cada cop més forts i amb més extensió als espais abans ocupats pels mitjans de comunicació de proximitat.

No obstant, els mitjans de proximitat que sobreviuen segueixen tenint un paper essencial en la societat en la qual actuen. Aquests mitjans van més enllà de la difusió de la informació, ja que formen part de la cultura d'una comunitat. Segons Xosé López (1998:1) «La información de proximidad -información local- aparece como la que mayor impacto ofrece en las comunidades locales tanto por la incidencia que tiene para sus habitantes como para el entorno socio-económico de la zona. El papel de los medios de comunicación como factor de cohesión y de generación de nuevas relaciones sociales pasa por la incorporación de los incipientes soportes tecnológicos a los ámbitos comunicativos locales, de ahí que las empresas informativas de proximidad no deban mostrarse temerosas ante los retos que le plantean los nuevos medios en su ámbito tradicional de difusión».

Els continguts que publiquen els mitjans de comunicació de proximitat també disten dels mitjans de comunicació estatals. Els primers tracten temes d'àmbit molt més social, temes que afecten la població del territori que abasta el mitjà. Segons Xosé López (1998:4) «La información de proximidad se ha convertido, en algunos casos de modo inconsciente, en un vehículo para la expresión de un proyecto social de una colectividad y, al mismo tiempo, en intermediario y actor de las relaciones sociales que se establecen dentro y fuera de esta colectividad». Els mitjans de comunicació de proximitat també defugen els temes d'actualitat política per centrar-se en els ja comentats temes socials. Segons Lluís Costa i Mònica Puntí (2013:12) «Un tret distintiu de la premsa gratuïta, tant diària com no diària, és

l'absència de confrontació política, ja que és un tipus de periodisme que aposta per temes socials i per aquells temes més pròxims al lector».

Aquests temes socials acaben desembocant en demandes i peticions per part dels lectors del mitjà en qüestió, així que el mitjà (normalment, un diari) acaba esdevenint un espai de comunicació, de difusió d'informació i, en definitiva, un espai de debat de l'opinió pública. Segons Xosé López (1998:2) «Los pueblos y comunidades deben ejercer su legítimo derecho a comunicar, impidiendo -en cierta medida- la imposición de modelos y estructuras lejanas (no próximas). Este derecho a la comunicación incluye el derecho de las comunidades y de las organizaciones a vehicular una expresión que ellas consideren fiel a sus ideas e intereses; comprende asimismo el derecho de expresarse y ocupar un espacio en el terreno público de aquellos que están generalmente fuera de la agenda de medios de cobertura internacional, nacional o regional. Mediante el ejercicio de este derecho se reclama la eliminación de cualquier traba para el ejercicio sin límites del derecho a ser sujeto participativo, que los medios locales se conviertan en un elemento canalizador de opinión pública».

Pels mitjans de comunicació de proximitat és més complicat tenir ingressos, no només publicitaris, sinó també de vendes i subscripcions. Segons Lluís Costa i Mònica Puntí (2013:12) «Els diaris gratuïts tenen certa vocació de proximitat [...]. A més, apareixen cada dia de dilluns a divendres coincidint amb els dies laborables. En canvi, les publicacions gratuïtes no diàries tenen altres periodicitats i tenen una vinculació molt més clara amb la proximitat, ja que la majoria són d'àmbit local».

Els mitjans de comunicació de proximitat no són vistos, majoritàriament, com un producte, sinó com un instrument de cohesió social amb una importància dins la pròpia comunitat. Per aquest motiu, en moltes ocasions aquests mitjans no són de pagament, a diferència dels mitjans de comunicació d'abast estatal. Segons Xosé López (1998:2) «Un medio local existe en relación con un espacio social, con el que mantiene una relación de retroalimentación mutua. El público se reconoce como identificado, se ve reflejado como si estuviese ante un espejo; esa imagen reflejada responde al deseo de protagonismo de cada uno de los usuarios».

Per tant, el finançament (o la manca d'aquest) per part dels mitjans de comunicació de proximitat ha suposat en molts casos complicacions en el propi mitjà. Per aquest motiu, els mitjans promouen iniciatives que surten de la difusió d'informació per tenir una via alternativa de finançament. Segons Xosé López (1998:4) «En su condición de empresa, los medios de comunicación local tienen una necesidad de financiamiento y gestión para generar los recursos suficientes para mantener la producción y sobrevivir en el mercado. Visto el panorama y dejando de lado la financiación pública, para muchos la opción más acertada es la de la autofinanciación: introducir géneros atractivos de bajo coste, fomentar la cooperación, crear redes de emisoras locales, coproducir con otras empresas, abaratar costos y trabajar con anunciantes locales. Como todo está por hacer, parece que lo más inmediato es lo referente a la gestión publicitaria».

No obstant, aquestes iniciatives no són suficients pel finançament d'un mitjà de comunicació. Les empreses, en molts casos, prefereixen donar suport econòmic mitjançant la publicitat als mitjans de comunicació estatals, amb un perill de desaparició molt menor i una visibilitat molt major, abans que als mitjans de proximitat. Aquest fet acaba provocant que el nombre de lector minvi, fet que alhora provoca una baixada de la inversió publicitària de les empreses. És, per tant, una roda. Segons Xosé López (1998:4) «En los medios convencionales y generalistas se aprecia una fragmentación de audiencias, que provoca un extraordinario problema de localización de público objetivo. Desaparecen las audiencias masivas y no debemos olvidar que los anunciantes buscan audiencias al menor coste posible. Los medios dispondrán de inversión publicitaria en la medida en que dispongan de audiencia, en cantidad y en calidad; a nivel de segmentación y definición de audiencia, los medios de proximidad parten con ciertas ventajas».

Una de les solucions per les quals han optat els mitjans de comunicació de proximitat és la digitalització. En especial, la premsa gratuïta ha vist en Internet una oportunitat per estalviar-se la impremta i, d'aquesta manera, minimitzar les despeses generals del diari. Segons Lluís Costa i Mònica Puntí (2012:15) « Segons l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010*, després que la crisi de l'economia digital aturés molts projectes locals a la primera meitat de la dècada, el 2009 va ser l'any de

la culminació d'una recuperació de l'entusiasme per Internet en la comunicació local. Sembla, doncs, que el futur de la premsa gratuïta es troba al món digital o, almenys, aquesta és la impressió que fa l'observació del sector de la comunicació local. El nombre de mitjans digitals locals s'ha doblat en els últims anys i, en concret, es pot veure que la majoria de publicacions de premsa gratuïta han fet el salt a la Xarxa».

Les empreses també han vist en Internet una oportunitat de publicitat més accessible, més econòmica i amb una capacitat més alta de difusió. Per aquest fet, la inversió publicitària es comença a moure a les versions digitals dels mitjans de comunicació, i als mitjans exclusivament digitals. Aquest augment de la inversió publicitària digital va acompanyada d'un augment dels lectors de mitjans digitals i, alhora, del naixement de nous mitjans digitals. Segons Lluís Costa i Mònica Puntí (2013:15), «També els ingressos publicitaris cada cop més es destinen a Internet. Així ho demostren les xifres: el 2010 els ingressos publicitaris a Internet van créixer un 13,5 %, i el 2011, un 12,6 %, segons dades d'InfoAdex. És remarcable l'augment de mitjans digitals auditats per l'OJD Interactiva i l'augment, igual que en la premsa, del nombre de lectors; és a dir, en aquest cas, del nombre d'usuaris únics mensuals. Tot i aquest augment en el consum de mitjans de proximitat, els ingressos s'han estancat. Per aquest motiu, els editors de premsa, tant gratuïta com de pagament, han reduït els seus recursos humans per tal de fer front a l'estancament o disminució dels ingressos publicitaris. La informació local i comarcal a Internet, però, és més valorada i s'ha consolidat la tendència a l'aparició de noves capçaleres digitals que es va iniciar el 2007».

3.2- La comunicació *online* i la digitalització dels mitjans de comunicació

Els mitjans de comunicació estan vivint actualment un període de canvi, d'adaptació a les noves tecnologies i als nous sistemes de difusió de la informació. El pas del paper al digital, o la convivència d'ambdós, també s'ha vist en els mitjans de comunicació de proximitat. Molts d'aquests han optat per deixar de banda l'edició impresa i centrar-se en l'edició digital o, per altra banda, hi ha hagut un augment de naixements de mitjans de comunicació de proximitat digitals. Segons Pere Masip (2008:36)

«encontramos un amplio abanico de medios locales, algunos de ellos con fuerte implantación en sus respectivos territorios, pero que, marcados por una estructura poco profesionalizada y un mercado publicitario de reducidas dimensiones, mantienen una ardua batalla por la supervivencia. A pesar del preocupante panorama, tampoco ha cesado de surgir iniciativas que ponen de manifiesto la vitalidad de la prensa digital de proximidad».

El pas del periodisme imprès al periodisme digital ha significat també un canvi en els continguts dels mitjans i, sobretot, en la manera de difondre la informació. En el món digital entren en joc molts factors als quals les edicions en paper no tenen abast, tot i que en el cas dels mitjans de proximitat, encara costa. Segons David Caldevilla i Mariona Visa (2013:39) «El periodisme 2.0 fa temps que va deixar de ser una simple còpia de la premsa tradicional escrita, i actualment es troben molts casos de periodisme *online* on s'innova tant en la presentació de la informació, com en el tractament i la interactivitat. Tot i això, el periodisme local és el que menys ha avançat en aquest sentit i té encara molt camp per recórrer per tal d'aprofitar totes les possibilitats que ofereixen les noves tecnologies. Tal com mostren les dades de l'OJD de 2013, les edicions locals són les que menys han augmentat el nombre de lectors, en comparació amb les versions digitals dels diaris de premsa nacional».

L'edició digital dels mitjans està formada per trets característics de les plataformes *online*, com pot ser la interactivitat amb els lectors, però també per característiques pròpies de les edicions en paper. Segons Pere Masip (2008:38) «Desde las primeras experiencias en la red, los cibermedios han optado por fusionar elementos propios de los medios impresos con los de los audiovisuales. En primer lugar, las fotografías. Más tarde, especialmente gracias a la irrupción de la tecnología *flash*, los cibermedios españoles desarrollaron una excelente labor a través del uso de los recursos infográficos». No obstant, aquesta mescla de trets dels mitjans impresos i els mitjans digitals s'ha hagut d'anar perfeccionant, ja que en el primer pas del paper a la pantalla, es va produir l'error de pensar que era un mateix canal. Segons Ángeles Durán (2004:69) «La difusión por Internet ha obligado a los medios a transformarse en un nuevo producto, muchas veces híbrido. Los periódicos empezaron volcando sus contenidos en la red tal cual los tenían en papel, pero pronto comprendieron que necesitaban introducir algunos cambios, y diferenciar el producto real del producto online. Así introdujeron modificaciones y hasta la posibilidad

de ediciones inferiores a un día, rompiendo con ello cierta imagen de anacronismo que tiene la prensa escrita frente a los medios audiovisuales -aparentemente más innovadores por su técnica-; sin embargo, la radio y la televisión utilizan ahora la palabra escrita demasiado para estar en la red. [...] Hay, además de los medios convencionales, medios que han nacido ex profeso para estar en Internet, sólo en versión online. Supongo que porque han entendido que esto era un negocio. He buscado los últimos datos de la OJC (Oficina para la Justificación de la Difusión), que hablan de 133 medios electrónicos de consumo controlado, a los que hay que sumar otros que no están en la OJD; por tanto, estaríamos hablando de una cifra superior a esos 133 medios electrónicos».

Internet és un món de canvi constant i, per tant, els mitjans de comunicació digitals (o la versió digital dels mitjans en paper) s'han d'anar adaptant a les circumstàncies per no perdre lectors, afegint algunes vies de difusió de continguts que no tenien tanta importància quan es va fer el pas a la versió digital. Segons Pere Masip (2008:39) «Ante esta nueva realidad, los cibermedios deben adaptarse a las nuevas formas de consumo informativo si no quieren perder lectores. Así, buena parte de los proyectos de renovación han otorgado un gran protagonismo a la información audiovisual. Junto a la fotografía, ahora cada vez más presente configurando galerías, y la infografía, los vídeos tienen cada vez más presencia en los cibermedios».

Una de les característiques principals que ha introduït el món digital en els mitjans de comunicació és la interacció amb els lectors. En les edicions en paper, la màxima interacció possible era la secció habitual en els diaris de «Cartes al director». A través de la versió *online*, aquestes cartes es poden dur a terme d'una manera molt més senzilla, i la participació dels lectors és un punt a destacar de les versions digitals. Segons Pere Masip (2008:41) «En su búsqueda desesperada del lector, los cibermedios catalanes, aunque no es un fenómeno exclusivo de estos, han apostado también de forma abierta y decidida por dar voz a los ciudadanos. La tecnología permite que los límites entre emisor y receptor se diluyan y que los usuarios sean potenciales partícipes del proceso productivo».

Aquesta interacció amb els lectors també ha suposat una major identificació amb el públic jove, molt més acostumat a fer servir les plataformes *online* que el públic adult o major. Per aquest motiu, els mitjans s'han centrat en perfeccionar i cuidar el públic d'edat jove, a través de trets propis de les xarxes socials. Segons David Caldevilla i Mariona Visa (2013:40) «Durant els últims anys, han aparegut productes amb característiques diverses que han incrementat l'oferta d'informació, han arribat als ciutadans més joves i han demostrat que el ciberperiodisme compta amb trets característics que no tenien les modalitats precedents, com la hipertextualitat, la multimedialitat i la interactivitat, entre d'altres».

No obstant, l'augment de públic jove i la major capacitat de difondre informació no ha significat en termes generals una millora del contingut ofert en els mitjans de comunicació digitals. Aquests s'han centrat en les característiques pròpies d'Internet, com la mencionada interactivitat, i sovint han deixat de banda el contingut a difondre. Segons Pere Masip (2008:42) «La voluntad de convertir las audiencias pasivas en audiencias activas ha marcado los discursos generados en torno a Internet, prácticamente desde sus inicios. El problema estriba en creer que la superación de la distribución vertical de la información es la solución y supone *per se* una mejora de la sociedad y un fortalecimiento de la democracia. Olvidando que, en Internet, más información no significa necesariamente mejor información. Los foros que ofrecen los cibermedios y los debates generados en los comentarios a noticias se convierten en un diálogo de sordos entre acólitos que no buscan el debate intelectual, sino un lugar en el que reafirmar sus propias opiniones».

De fet, es podria afirmar que els mitjans de comunicació digitals s'han centrat en els lectors més que en els continguts, com si un mitjà es tractés d'una xarxa social. Segons Pere Masip (2008:42) «El reto de los cibermedios es dar la voz a los ciudadanos y conseguir su complicidad para que aporten informaciones, audios, vídeos,... y contribuyan con sus comentarios y aportaciones a que se realice un mejor periodismo. Un periodismo más cercano a los intereses de los ciudadanos sin tener que renunciar a la calidad y la reflexión. Desgraciadamente, superar el reto requiere un esfuerzo importante por parte de las empresas, que tienen que sembrar antes que recoger. Y eso, los grupos de comunicación, que

luchan por ser líderes de audiencia a corto plazo y obtener una mayor porción del pastel publicitario, no siempre parecen estar dispuestos a asumirlo».

Aquest canvi de focus pel que respecta als mitjans de comunicació en paper no ha provocat, però, un canvi en les informacions publicades o en els temes d'interès general publicats pels mitjans. En el cas dels mitjans de comunicació de proximitat, els continguts sovint s'han allunyat dels fets noticiables de les comunitats, al contrari del que es suposava que hauria de passar. Segons Pere Masip (2008:44) «Todas estas iniciativas, sin embargo, no parecen estar encaminadas a posibilitar que los medios ofrezcan un mejor periodismo y más próximo a los intereses de los ciudadanos. Los cambios de tipo estructural que afecten realmente a los contenidos de los cybermedios son muy escasos. La incorporación del vídeo, por ejemplo, no deja de ser una yuxtaposición de formatos, con predominio absoluto del texto, pero todavía se está lejos de elaborar noticias realmente multimedia. Del mismo modo, el predominio de las noticias de agencia, a las que ahora se añaden los vídeos de agencia, continua siendo absoluto. Igualmente, la directriz que ha caracterizado a los medios digitales la última década, según la cual lo importante es ser el primero en dar la noticia, se mantiene plenamente vigente».

Aquest allunyament dels lectors ve provocat, també, per la falta d'informació pròpia que impera en la majoria dels mitjans de proximitat. Aquests han optat per minimitzar despeses i obtenir les notícies per mitjà d'agències d'informació, o directament de fonts oficials com poden ser institucions polítiques o entitats públiques. Segons David Caldevilla i Mariona Visa (2013:39) «La majoria dels mitjans locals *online*, des de 2008, es plantegen arribar al públic proper amb notícies generades per les institucions. Es troba a faltar una línia editorial, en general, i més notícies elaborades al marge de les informacions trameses pels ajuntaments. És cert que en aquests moments de crisi, una de les causes que podríem destacar d'aquest plantejament informatiu és la manca d'inversió en personal i mitjans que ocasiona un empobriment de la informació. Tot i això, no seria necessària una gran inversió per millorar aquests aspectes». El problema és que aquesta gran inversió no prové de les empreses, ja que en aquestes regna una manca de valentia per publicitar-se en els mitjans de comunicació digitals, i encara més de proximitat (David Caldevilla i Mariona Visa, 2013).

Així i tot, pel que fa a les subvencions d'entitats públiques, els ajuts de les institucions polítiques són majors quan es tracta de mitjans de comunicació de proximitat, més vulnerables i menys consolidats (socialment i econòmic) que els mitjans estatals. Cal remarcar que, per primer cop, els mitjans digitals poden optar a les mateixes ajudes que els mitjans tradicionals, tot i que aquestes ajudes sovint no siguin suficients. Segons Pere Masip (2008:36) «Un buen número de los proyectos que hemos esbozado y que se han desarrollado en los dos últimos años, ha sido posible gracias al apoyo que han recibido de la Secretaria de Comunicació de la Generalitat de Catalunya. Ésta, el año 2005, puso en marcha un sistema de concurso público para la gestión de las ayudas públicas a medios de comunicación catalanes. Con esta medida, la administración catalana persigue contribuir a la vertebración del espacio catalán de comunicación y consolidar los medios de comunicación del país, otorgando al sistema una mayor transparencia».

3.3- La comunicació i els mitjans de comunicació escrits de proximitat a Menorca

La comunicació a Menorca té tres realitats diferents: la realitat estatal, la realitat insular i la realitat municipal. Pel que fa a la realitat estatal, els mitjans de comunicació propis de l'Estat espanyol arriben també als quioscs menorquins, que conviuen amb l'únic mitjà de comunicació en paper d'abast insular, el diari *Menorca*. Per últim lloc, la realitat municipal compta amb les sis publicacions escrites d'abast local amb les quals compta l'illa de Menorca, independents del diari d'abast insular.

Així doncs, es podria afirmar que a Menorca hi ha dos tipus de comunicació de proximitat, les publicacions locals i el diari *Menorca*. No obstant, no sempre hi ha hagut un únic diari d'abast insular a l'illa, ja que aquesta realitat és molt actual (des del 2013). Segons Arnau Company i Sebastià Serra en un recull dels textos de Lluís Salvador d'Habsburg (1994:168) «El tema de la premsa menorquina també és tractat breument en els dos toms referents a Menorca (*Die Insel Menorca*), en que aporta una interessant taula de cinc publicacions de Maó i dues de Ciutadella de 1888. Quant a les variables que inclou la taula són les següents: capçalera, periodicitat, impressor, orientació (sobretot de caràcter

polític), director, any de fundació, subscriptors locals i forans i preu de la subscripció mensual (en pessetes)».

A l'illa s'han dut a terme nombrosos estudis sobre la premsa històrica de Menorca. El fet de només tenir una capçalera a nivell insular és molt peculiar, ja que Menorca destaca per una alta pluralitat de publicacions. Segons Arnau Company i Sebastià Serra (1994:169) «També hem de destacar les aportacions del bibliotecari Miquel Roura Pujol a la *Revista de Menorca*, on col·labora amb una serie d'articles, en diferents èpoques, sobre les publicacions periòdiques de Menorca. El 1926, Guillem Capó Medina -amb el pseudònim Marco Aurelio- escriví una serie d'articles al diari *El Iris* sobre la impremta i la premsa de Ciutadella». De fet, durant els principis del segle XX s'han dut a terme algunes anàlisis sobre la premsa menorquina, que apareixien en les mateixes publicacions pròpies de l'illa, fet que no és massa recurrent a Menorca en el segle XXI. Segons Arnau Company i Sebastià Serra (2008:169) «El 1930, el cap de la Biblioteca Pública de Maó, Camilo Vilaverde García publica *La Prensa y las Prensas de Menorca*. Aquest treball, molt complet i que suposa un excel·lent model d'anàlisi de la premsa, parteix d'una conferència que pronuncia l'autor el 7 d'octubre de 1930 en el Casino de Clases del Ejército y Armada de Mahón. Després el publica per fascicles a *La Voz de Menorca* i, posteriorment, en forma de llibret per a la Tipografia Maonesa».

A més, a Menorca també s'ha tingut la visió del paper social dels mitjans de comunicació, sobretot de proximitat, més enllà del pur fet informatiu i difusió de continguts. Segons Arnau Company i Sebastià Serra (2008:168) «Josep Cotrina i Ferrer a l'article *Nuevas impresiones de Menorca* (1917), publicat a la *Revista de Menorca*, inclou cinc pàgines sobre la premsa menorquina que constitueixen una bona font per a la percepció de la funció social de la premsa».

El pas al món digital també s'ha notat en la premsa menorquina, que ha hagut de treballar a contracorrent per adaptar-se a les noves circumstàncies de difusió de la informació i no perdre lectors. Segons Miquel Àngel Marquès¹ (2012:4) «Aquesta situació, traduïda al món dels mitjans de

1 Expresident de l'Associació de Premsa Local de Menorca

comunicació de proximitat, haurà de compatibilitzar-se amb un temps de canvi. De fet, es mantenen els mitjans tradicionals (ràdio, televisió i premsa en paper), alhora que s'aprofiten els nous canals tecnològics (Internet, premsa digital, xarxes socials com Facebook i Twitter)». L'adaptació al món *online* és complicada pels mitjans de comunicació de proximitat de Menorca, que veuen com s'han de reinventar després d'anys de publicar exclusivament en paper. Segons Miquel Àngel Marquès (2012:4) «Com també ho va ser la convivència del paper i el pergami en el seu moment. Ningú sap quant temps conviurà aquesta diversificació de mitjans. En tot cas, ens toca a nosaltres viure-la i aportar allò que millor sapiguem». El canvi de focus, l'ús de la versió digital i la diversificació de continguts són alguns dels aspectes que viuen els mitjans menorquins davant la demanda del públic. De fet, els lectors menorquins són un dels públic que més demanda de premsa digital provoquen. Segons Miquel Àngel Marquès (2012:4) «Segons l'últim estudi de l'Observatori Balear de Mitjans de Comunicació, Menorca és l'illa a on més premsa digital es consumeix (un 38,8% dels enquestats en consumeixen cada dia)».

Aquesta adaptació al món digital es converteix en un episodi complex per l'escassa premsa de proximitat que existeix actualment a Menorca. Per preservar i ajudar aquests mitjans, les institucions polítiques promouen i subvencionen les publicacions de caire local però, com acostuma a passar, no és suficient. Segons Miquel Àngel Marquès (2012:4) «Vivim uns moments socials delicats. I la premsa local ha de saber navegar al mig d'aquest temporal. Es detecta una manca d'esperit, de participació social i de dinamisme de les entitats».

4- Metodologia

Per realitzar aquest treball d'anàlisi del diari *Menorca* dins el mapa comunicatiu de l'illa de Menorca s'han dut a terme un treball de camp que consta de diverses entrevistes a personatges de pes dins la situació dels mitjans de comunicació escrits a Menorca. S'ha entrevistat Josep Bagur, el director del diari *Menorca*, que ens ha donat la visió sobre la situació de la premsa escrita a l'illa des del diari més important d'aquesta; Jordi Ribera, el director del diari digital *Menorcaaldia* (www.menorcaaldia.com), que ens ha explicat com es du a terme la competència d'una capçalera tan potent com és el diari *Menorca*; Josep Ritort, el secretari general de l'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació

(AMIC), que ens ha explicat com funciona una associació de mitjans, el procés de naixement de mitjans de comunicació, i les vies de finançament possibles; Magdalena Arnau, l'actual directora insular de comunicació del Consell Insular de Menorca (CIME); i una exdirectora insular de comunicació del Consell que ha preferit no difondre el seu nom, ambdues han explicat la relació entre el poder polític i els mitjans de comunicació, la independència (o no) d'aquests mitjans i les ajudes que hi ha des de les institucions públiques. Totes les manifestacions d'aquestes persones que apareixeran al treball provenen de les entrevistes d'elaboració pròpia dutes a terme durant el mes de febrer del 2020.

A través de la informació rebuda de les entrevistes s'ha realitzat l'anàlisi de la situació comunicativa de l'illa, posant el focus en l'únic mitjà de comunicació escrit en paper propi de Menorca, el diari *Menorca*. Per dur a terme aquesta anàlisi, s'han estudiat diverses edicions en paper del diari, per poder radiografiar així l'estructura, la línia editorial, les seccions i els continguts que ofereix el mitjà menorquí. També s'han consultat estudis oficials de difusió i tirada de l'Oficina de Justificació de la Difusió, per conèixer l'abast real del diari i la importància que té a nivell de lectors dins l'illa de Menorca.

Pel que fa a la competència, s'ha analitzat la pàgina web www.menorcaaldia.com, on surten les publicacions del diari digital *Menorcaaldia*. La particularitat idiomàtica dels dos mitjans, que són en castellà, s'ha estudiat a través d'estudis de sociolingüística realitzat a l'illa de Menorca i comparant-los amb la resta de la comunitat autònoma de les Illes Balears. En aquests estudis s'ha descobert el grau d'identificació, l'ús, i el domini dels menorquins amb la llengua catalana.

Per la realització del marc teòric del treball s'han consultat llibres i estudis sobre la comunicació local, la comunicació *online*, els mitjans de comunicació de proximitat i aquests tres aspectes a l'illa de Menorca. S'ha comptat també amb l'ajuda d'exemples (sobretot extrets de Sud-Amèrica) de processos de creació (hipotètics o reals) de mitjans de comunicació escrits, així com documents de l'Associació de Premsa Local de Menorca. A través d'aquests exemples i documents s'ha arribat a les conclusions (sorgides a partir de la hipòtesi i reafirmades a través del cos del treball) sobre la creació d'un mitjà de comunicació escrit en català a Menorca.

5- Anàlisi del diari *Menorca* i del mapa comunicatiu escrit de l'illa

5.1 – Antecedents de la comunicació de proximitat a Menorca

L'illa de Menorca compta actualment amb un únic mitjà escrit en paper, el diari *Menorca*. També arriben mitjans de comunicació de la comunitat autònoma, amb la seu a Mallorca, com poden ser el diari *Ara Balears* o el *Diari de Balears*. La pluralitat dels mitjans escrits no augmenta massa en l'apartat digital, ja que només surten dues capçaleres amb relativa importància, com són el *Canal4 diari* i el digital *Menorcaaldia*, tot i que el nombre de lectors està molt per sota del diari *Menorca*. Pel que fa als mitjans audiovisuals, el mitjà predominant a les Illes Balears és el canal de radiotelevisió *IB3*, que alhora és també el mitjà audiovisual predominant a Menorca després de la desaparició de la *Televisió Menorquina*. També existeixen altres canals, com el *Canal 4* o la versió balear de la *Radio Televisión Española* (RTVE), i altres propostes a través de plataformes en línia, com *Menorca TV Teleweb* o fins i tot la televisió oficial del Consell Insular de Menorca (CIME). En l'aspecte radiofònic, les emissores pròpies de l'illa de Menorca estan subordinades a empreses estatals, com és *Radio Menorca* (*Cadena Ser*), *COPE Menorca* o *Ondacero Menorca*, però amb una autonomia més o menys independent.

5.1.1 – Antecedents del diari *Menorca* i el diari *Última Hora*

En el sector dels mitjans de comunicació escrits en paper, el diari *Menorca* va conviure durant més d'una dècada amb el diari *Última Hora Menorca*, versió menorquina del diari balear *Última Hora*. Aquest diari fou creat el 1893 per José Tous Ferrer a Mallorca sota el nom de *La Última Hora*, nom que va mantenir fins el 1961. Des de la seva creació fins l'any 1974 el diari fou propietat de la família Tous i, a l'agost d'aquest any, Pere Antoni Serra Bauzá va comprar les accions majoritàries a la família per esdevenir així propietari del mitjà de comunicació. A partir d'aquell moment i fins l'actualitat, el diari balear *Última Hora* ha estat propietat del grup de comunicació mallorquí Grup Serra, presidit a dia d'avui per Carme Serra.

El Grup Serra és un conglomerat d'empreses de l'àmbit de la comunicació que actua només a les Illes Balears des del 1950, quan Pere Antoni Serra va fundar l'editorial i impremta Atlante, que acabaria esdevenint amb els anys el grup de comunicació que és actualment.

Tot i que l'*Última Hora* va néixer a finals del segle XIX, no va ser fins el mes de gener de l'any 2000 quan es va fundar la versió menorquina del diari, sota el mateix nom. Tretze anys més tard, el Grup Serra va passar a convertir-se també en l'accionista majoritari del diari *Menorca*, comprant la majoria de les accions del mitjà al Bisbat de Menorca. Amb aquesta acció es van unificar el diari *Última Hora Menorca* i el *Menorca* sota el nom de l'últim. L'actual director del diari *Menorca*, Josep Bagur (2020), explica el procés viscut per l'únic diari menorquí existent actualment:

El primer número del diari Menorca va aparèixer el dia 1 de febrer del 1941. Abans de la guerra hi havia tres mitjans escrits: La veu de Menorca, El Bien Público i El Iris. Després de la guerra van desaparèixer i Menorca va estar sense mitjans escrits durant uns anys. El Menorca el va fundar en Fernando Jansà Guardiola. Quan el va fundar, estava lligat a Falange Espanyola i las JOMS. Tots els diaris havien d'estar sotmesos a la censura i a la Falange. El 1954 és quan s'incorporen nous accionistes després d'una crisi econòmica molt greu. Un capellà de Maó que nomia Jaume Cots va ser el que va aportar capital per poder continuar amb el diari i després va cedir les accions al bisbat de Menorca i a tres famílies de Maó. Per això el bisbat ha estat accionista majoritari del diari fins el 2013. Es va arribar a un acord entre els dos diaris per la unió d'ambdós, quan els dos mitjans estaven en una crisi econòmica terrible i hi havia el risc que Menorca pogués quedar sense cap diari local. Per tant, aquesta va ser la manera de la supervivència d'un diari. Durant la crisi que va començar el 2007 els dos mitjans estaven perdent diners, i en premsa escrita la tendència no és créixer en difusió, sinó tot lo contrari. Es va arribar a aquest acord d'integració i es va fer un diari únic. A partir del 2013, l'accionista majoritari és el Grup Serra.

De cada quatre diaris, aproximadament el Menorca venia tres diaris i l'Última Hora en venia un. Aquest últim s'havia ubicat més a la banda de Ciutadella, i el Menorca sempre ha tingut la seva central a Maó. En una illa tan polaritzada, la gent ha vist més el Menorca com un diari més de la banda de llevant, i l'Última Hora es va centrar més en la banda de ponent.

5.2 – Anàlisi del diari *Menorca*

S'ha realitzat una anàlisi a tots els nivells del diari *Menorca* que abasta la línia editorial i el públic, les dades oficials de difusió i tirada, el finançament i la plantilla del mitjà, l'estructura i el contingut, l'idioma i, per acabar, la competència i els mitjans escrits alternatius existents a l'illa de Menorca.

5.2.1 – Línia editorial i públic

El diari *Menorca* té una línia editorial molt marcada, que rep herències dels seus anteriors i actuals propietaris. Segons el director del diari *Menorca*, Josep Bagur (2020), la publicació del mitjà es fa a partir d'uns principis bàsics: «Nosaltres tenim uns principis que són la defensa de Menorca, «humanisme cristià», els valors humans i els valors que coincideixen amb el cristianisme, que provenen dels orígens del diari, un cert compromís social, i després un compromís amb la cultura. Estem compromesos amb la defensa de la llengua pròpia, la defensa dels interessos dels menorquins...».

Aquesta línia editorial amb arrels purament cristianes provoca que el públic actual del diari sigui majoritàriament d'edat avançada, i que costi atraure el públic jove. Així i tot, des del diari no es centren en només un grup específic de públic, sinó que intenten ampliar el seu nombre de lectors i sobretot de subscriptors independentment de la seva franja d'edat. Una de les vies per les quals ha optat el diari per arribar a públic més jove és la versió digital. Aquesta versió digital es tracta de la web <http://www.menorca.info>, amb continguts exclusius que no apareixen en la versió impresa, i viceversa. Segons Josep Bagur (2020), des del diari «Intentem pescar tot tipus de públic. Als subscriptors nous donem l'oportunitat d'accedir al servei de *kiosko y más* de manera gratuïta. Al qui té una subscripció de paper, pot accedir a aquest servei i mirar la publicació en paper sencera, no només les notícies, a través del mòbil o l'ordinador. En la web, donem prioritat a la rapidesa de la publicació de les notícies, continguts exclusius, accés a documents (sentències, plans, fotografies...) i un nivell altíssim de comentaris. Tenim un periodista que dedica mitja jornada cada dia a autoritzar els comentaris. No tenim

una línia oberta de comentaris, s'ha d'autoritzar prèviament perquè la gent aprofita l'anonimat d'internet per insultar o assetjar. Nosaltres eliminem gairebé la meitat dels comentaris que ens arriben.»

5.2.2 – Difusió i tirada

Pel que fa a la difusió del mitjà, les dades de l'Oficina de Justificació de la Difusió, en la primera onada del 2019, van mostrar que el diari *Menorca* tenia un total al voltant dels 36.000 lectors diaris. Això el convertia en el tercer mitjà escrit més llegit de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears, per darrere de l'*Última Hora*, amb 143.000 lectors, i el *Diario de Mallorca* (pertanyent al grup de comunicació Prensa Ibérica, d'abast estatal), amb uns 83.000. Cal remarcar que l'únic mitjà d'abast interinsular d'aquests tres és el diari *Última Hora*, mentre que els altres dos es venen únicament a les illes de Menorca, en el cas del diari *Menorca* i Mallorca, en el cas del *Diario de Mallorca*.

Pel que fa a les dades de tirada, recollides de la mateixa onada del passat any 2019 de l'OJD, el diari *Menorca* també es troba en la tercera posició, amb 3.841 exemplars venuts diaris. L'*Última Hora*, amb 18.247 diaris venuts, i el *Diario de Mallorca*, amb 9.474, ocupen també les primeres posicions de tirada. Cal remarcar que, en les dades de tirada, el diari generalista estatal *El Mundo* s'apropa bastant a les xifres del diari *Menorca*, amb 3.775 diaris venuts, mentre que en el nombre de lectors la diferència puja al voltant d'11.000 lectors (*El Mundo* compta amb 25.000 lectors a les Illes Balears). Segons Josep Bagur (2020), el nombre de lectors del diari podria ser més alt del que recullen els centres d'anàlisi de la difusió, degut a la presència d'exemplars del mitjà en molts bars i centres de restauració de l'illa. El nombre de vendes fluctua, i durant l'estiu puja amb l'arribada de turistes, sobretot catalans. «En l'estiu, venem una mica més de diaris però no venem el doble de diaris, ja que aquest és un mitjà enfocat a la comunitat local. Evidentment hi ha turistes catalans que compren el diari cada dia, però si la mitjana diària durant l'hivern del voltant de 4.000 diaris, durant l'hivern aquesta puja fins els 5.300-5.500. Els dies que més venem són els diumenges, i els dies que menys, els dimarts i dimecres. En una població real d'uns 70.000 habitants, tenim una difusió del voltant de 55.000 persones que llegeixen el diari cada dia».

5.2.3 – Finançament i plantilla

El finançament del diari *Menorca* prové, bàsicament, de quatre vies: subscripcions, publicitat, vendes i activitats externes. En aquest aspecte, el diari no dista de les vies de finançament que tenen la majoria dels mitjans de comunicació escrits del país. No obstant, cal destacar el pes de les subscripcions. En l'actualitat, les subscripcions dels diaris baixen, sobretot degut a la digitalització dels continguts i l'accés gratuït a aquests (o a una part d'aquests). Així com anteriorment la subscripció a un diari era un fet fins i tot familiar que passava de generació en generació, actualment hi ha poques renovacions de les subscripcions, i més lectors que opten per la versió digital dels mitjans de comunicació escrits. Per això, aquests mitjans han d'optimitzar la publicitat per recuperar els ingressos perduts en les subscripcions, així que el pes principal del finançament dels diaris és la publicitat. Aquest pes augmenta encara més en els mitjans digitals, els quals no publiquen edicions en paper i tenen, per tant, la via de les vendes d'exemplars com una via de finançament inexistent.

Per aquest motiu, el diari *Menorca* és una excepció a la nova onada de mitjans de comunicació escrits. El finançament del diari prové fonamentalment de les subscripcions, aquestes proporcionen el gruix principal del finançament del diari, més enllà de la publicitat i les vendes. Segons Josep Bagur (2020), «La nostra base són els subscriptors. Tots els diaris en paper baixen en difusió a Espanya, nosaltres som un dels diaris el ritme de descens dels quals és més lent. Bàsicament de subscriptors, punts de venda (no només a llibreries), publicitat i activitats externes. [...] Tenim una impremta comercial (Gràfiques Menorca). Publiquem llibres, revistes i publicacions especials d'altres entitats per recaptar ingressos: Club Nàutic de Ciutadella, Club Marítim de Maó, Revista Ona de sa Reserva de la Biosfera del CIME. [...] El descens és lent, i estem buscant noves fórmules d'ingressos. A part de les publicacions externes, organitzam una sèrie d'actes propis que són fòrums d'economia, de turisme, de producte local... Hi ha empreses que els donen suport a través de patrocinis, que es converteix en una nova font d'ingressos. Hi ha un fòrum d'educació que produeix La Caixa. Anem als instituts, ja des de fa deu edicions, organitzem un debat que preparen els alumnes a classe i després s'enfronten en un acte públic. Això és una altra fórmula d'aconseguir ingressos, tot per mantenir l'activitat principal, que és l'edició d'un diari en paper».

El nombre de subscripcions del diari baixa, però aquest no és un fet exclusiu del *Menorca*. En els mitjans de comunicació escrits, el decreixement toca tots els àmbits, fet que provoca que els diaris amb una base sòlida de subscripcions tinguin un decreixement menys brusc. Segons Josep Bagur (2020), «Tots els diaris d'Espanya decreixen. Durant una època, treure una exclusiva volia dir tenir més ventes, al contrari del que passa ara. Si ara treus una exclusiva, no vens un número més. La gent està acostumada al consum ràpid d'informació digital, els diaris en paper no tenen creixement. Nosaltres anem aguantat i tenim un ritme lent de descens gràcies a la base de subscriptors. Hi ha d'aquests grans que van morint i deixen la subscripció als seus fills, per exemple, i això es va mantenint. Mentre no hi hagi una crisi econòmica que és el factor més important que provoca les baixes, per reducció de costos, de les famílies, nosaltres amb una base de subscriptors seguim donant un servei que aquests valoren».

El diari *Menorca* té una estructura de treball que inclou redactors, fotògrafs, maquetadors, repartidors, etc. Així i tot, gran part del seu contingut també depèn dels col·laboradors, alguns habituals, que el mitjà no té en nòmina però que escriuen pel diari de forma més o menys regular. A més, un apartat important del diari és la secció de cartes al director, en la qual ciutadans de Menorca (sense ser col·laboradors del diari) escriuen les seves queixes, elogis, crítiques o manifestacions per l'únic mitjà de comunicació escrit de l'illa. Així doncs, la plantilla de treballadors del diari *Menorca* no és molt extensa, amb un nombre total de redactors que no supera la vintena. Segons Josep Bagur (2020), «Som uns 75-80 treballadors, en aquesta plantilla una part important són els repartidors. Cada dia, a les dues del matí, uns 35 repartidors s'encarreguen de fer arribar els diaris. Tenim una plantilla de redacció d'uns 25 treballadors, entre fotògrafs, maquetadors, redactors... Hi ha part de departament comercial, administració, rotativa...».

5.2.4 – Estructura i contingut

L'estructura del diari *Menorca* és complexa. La publicació en paper no consta d'un nombre fixe de seccions, i el total d'aquestes arriba a superar la desena. Algunes, com són les de Local, Cultura, Esports o Opinió, entre altres, apareixen a cada edició del diari, però algunes altres, com poden ser les seccions d'Espanya o Món, poden anar variant dependent de l'edició.

El diari comença sempre amb una portada a la qual hi apareix el tema del dia, acompanyat d'una fotografia impactant i cridanera, i una columna amb notícies d'interès general. Aquesta portada sempre l'acaba decidint el director del diari, Josep Bagur.

Després de la portada, hi apareixen les seccions «Flash del día», amb algunes imatges destacades de la jornada i una breu explicació d'aquestes al peu de foto. A la tercera pàgina hi ha «La 3», una pàgina en la qual hi apareix un article d'opinió d'un periodista del diari, juntament amb una tira còmica sobre l'actualitat del dia, algunes seccions com «Sorprende y no sorprende» o «S'Aguait», que tracten fets curiosos de la societat menorquina, un breu repàs a la pàgina web www.menorca.info, i un petita secció que destaca «Los tuits del día».



Edició del dia 2-4-2020



Edicions del dia 2-4-2020



Al ser un mitjà de comunicació local, la secció que ocupa més pàgines del diari i alhora la que està col·locada al començament del diari (tret d'excepcions com la viscuda durant la crisi sanitària del coronavirus, durant la qual el diari va prioritzar la informació sobre la Covid-19 per sobre de la informació local) és la «Local». En aquesta secció s'expliquen i analitzen els temes exclusius del diari, temes que només podrà explicar el *Menorca* pel simple fet de ser l'únic mitjà de comunicació escrit en

paper propi de l'illa. La secció «Local» va acompanyada i seguida de «Sucesos», secció que complementa la informació donada abans però més especialitzada en fets particulars, com podrien ser accidents, més enllà de notícies institucionals o exclusives del diari *Menorca*. Per això, des del mitjà aprofiten per explicar els temes d'informació d'àmbit insular en la secció «Local» de manera extensa, prioritzant-la per sobre de notícies d'abast nacional o internacional, relegades a les seves seccions secundàries «España» i «Mundo». Aquestes tracten temes d'interès general d'Espanya o d'abast internacional, però sense aprofundir ni publicar reportatges, simplement notícies de caire informatiu en la gran majoria extretes d'agències d'informació (generalment, EFE). «Local», «España» i «Mundo» són les seccions més informatives del diari, en aquestes no hi ha columnes ni articles d'opinió. El diari també compta amb «Balears», una secció que tracta temes de la comunitat autònoma, però aquesta no és pròpia del diari: els articles i les informacions venen de l'*Última Hora* de Mallorca.



Edició del dia 2-4-2020



Edició del dia 2-4-2020



Edició del dia 30-3-2020

Altres seccions fixes del diari són «Opinió», «Agenda», «Cultura», «Sociedad» o «Deportes». Aquestes són recurrents en els mitjans de comunicació escrits. En la secció «Opinió», els col·laboradors i redactors del diari tenen un espai on traslladar els seus pensaments i crítiques sobre l'actualitat (majoritàriament, l'actualitat menorquina), així com també tenen un espai els lectors del *Menorca* per enviar les cartes al director, de les quals el mitjà publica un total de cinc o sis diàriament. En la secció «Agenda», situada més al final del diari, es tracta la predicció meteorològica, la

programació de la televisió, les esqueles, les efemèrides i els passatemp. Aquesta secció és present en la majoria de mitjans de comunicació escrits i, fins i tot, amb el mateix format.

La secció de cultura també és present en la majoria de diaris, però la particularitat d'aquesta en el *Menorca* és que es troba en la part central de l'exemplar, i no al final d'aquest com acostuma a succeir en molts mitjans escrits. La secció esportiva també és present al diari, amb el focus posat en l'esport menorquí i els esportistes menorquins que triomfen arreu del país. Aquesta es troba a la part final del mitjà, abans de la secció d'opinió i, en el cas que hi siguin, les seccions «España» i «Mundo». No obstant, la posició de les seccions d'informació nacional i internacional pot anar variant depenent del gruix d'informació i l'actualitat que regni en la jornada de l'edició del diari. «Sociedad» també és una secció recurrent en els mitjans de comunicació escrit, en la qual tracten temes, fets i notícies que tenen a veure pròpiament amb la comunitat en qüestió, en el cas del mitjà que ens ocupa, la comunitat menorquina.

La secció d'opinió és una de les principals del diari *Menorca*. Aquest es basa en la gran quantitat de cartes al director, col·laboradors i articulistes que publiquen en les seves edicions diàries. Les aportacions publicades són recollides en la secció «Opinión», que compta amb l'editorial del diari, columnes i articles d'opinió de diversos personatges d'actualitat i de la política menorquina, cartes al director i reflexions de col·laboradors habituals i redactors del propi mitjà. La secció d'opinió està situada al final del diari, just abans dels anuncis classificats, tradicionals dels mitjans de comunicació escrits, i de la secció «Agenda».

El diari *Menorca* té algunes seccions exclusives, com són la que ocupa la contraportada, ja sigui «El Panel» o «Personas.com», i també «Mira Menorca». De les dues seccions que ocupen la contraportada, «El Panel» dona un lloc als fotògrafs i fotoperiodistes, que exposen algunes de les seves imatges juntament, a vegades, amb un comentari del propi autor o d'algun redactor del mitjà. Aquesta secció també serveix per explicar l'actualitat local, nacional i internacional a través de les imatges, sota el lema «el mundo de un vistazo», i no sempre apareixen imatges realitzades per fotògrafs del diari. Per altra banda, «Personas.com» és una secció d'entrevistes a menorquins poc coneguts dins l'opinió pública, els quals expliquen la seva vida, els seus projectes, i la seva carrera professional. Aquestes

entrevistes serveixen per donar veu a persones que no estan sota els focus de l'actualitat en els mitjans de comunicació, i tenen així un espai en una de les pàgines més preuades d'un diari, la contraportada. Una altra secció pròpia del diari és «Mira Menorca». Aquesta secció, situada en pàgines centrals i impresa en color, a diferència de la resta del diari (tret de la secció de cultura en algunes edicions, així com la portada i la contraportada), és un espai de reportatges sobre l'illa de Menorca, amb especialistes donant el seu punt de vista. Una de les particularitats d'aquesta secció és el color i les imatges que hi apareixen, que són abundants i acompanyen el text del reportatge en qüestió.



Edició del dia 1-4-2020



Edició del dia 30-3-2020



Edició del dia 1-4-2020

Més enllà d'aquestes seccions habituals, el diari també promou algunes seccions especials, sovint en forma de suplement, de manera més o menys regular. Una d'aquestes és «Xoc», una secció dedicada als nens i nenes de Menorca, que col·laboren i expliquen les seves situacions educatives a través de les escoles, que són qui faciliten la informació al mitjà. En definitiva, l'estructura del diari *Menorca* és una mescla entre els trets més característics dels mitjans de comunicació escrits, com explica el fet de tenir les seccions «Sociedad», «Opinió», «Cultura» o «Deportes» entre d'altres; però alhora la redacció del diari hi aporta les seves particularitats, com són les seccions «Mira Menorca», «Personas.com» o el fet de posar la secció cultural en el bloc central del mitjà. Josep Bagur (2020), el director del diari *Menorca*, explica l'estructura del mitjà i la tria de continguts.

Vam fer un model de diari que mantenim fins que no canviem el disseny. Tenim una estructura fixa: tenim un tema del dia, que és una complicació, ja que fem l'esforç de destacar un tema amb més profunditat. Les primeres pàgines són d'informació local, ja que som un mitjà que considerem molt secundària la informació nacional i internacional. És un diari d'informació molt local, sabem que no podem donar tractaments propis d'aquestes altres informacions, tot i que hem de donar les notícies importants. Obrim amb un tema del dia, amb la secció de local, que és la ocupa més pàgines del diari (les primeres i les més nombroses). Tenim una secció de succeïts, una secció de Balears, on incorporem pàgines que elaboren (*Última Hora*) des de Palma, on reduïm costos. Tenim una gran quantitat de col·laboradors externs, tenim uns 80 articulistes que col·laboren d'una manera més o menys regulars (molts són de cada setmana o de cada 15 dies). Són articulistes voluntaris. Tenim un número de cartes al director molt sorprenent, ja que l'*Última Hora* publica a la setmana 5 o 6 cartes, amb dies sense la publicació de cap, mentre que nosaltres sis cartes és la mitjana diària. Tenim una sèrie de gent que són investigadors, membres de l'Institut Menorquí d'Estudis (IME), que ens fan reportatges de pàgina sencera amb una maquetació més atractiva. A vegades aquests continguts es converteixen en llibres. Hem presentat un llibre, per exemple, que edita l'IME, i són reportatges del diari sobre el món de l'art. Aquests col·laboradors són una de les grans riqueses en temes de cultura, art, arqueologia, producte local... que donen valor al diari. Una secció que es diu Mira Menorca, que és la de reportatges un poc més *lights* i frescos, en els quals domina el color i la fotografia. Després tenim la secció fixa de cultura, que no va al darrere com en molts de diaris, sinó que va en el bloc central i, a vegades, en color, que depèn de la rotativa. Després venen les seccions d'esports, teletips, Espanya, món i societats. La contraportada tenim entrevistes a Persones.com o fotografies comentades dels nostres fotògrafs.

Tenim una primera reunió durant el matí en la qual veiem quins continguts podem manejar al llarg del dia. Ja decidim un poc sobre quin tema apostarem informativament. Després, a les set fem una reunió de portada, que és una decisió principalment meva com a director tot i que consulto als redactors en cap. La portada nostra sempre és un tema destacat, una fotografia que tingui impacte i contingut informatiu i una columna amb notícies destacades. Els criteris són l'actualitat, la novetat, l'impacte de la notícia. Juguem amb la idea de fer un diari seriós pel que fa a continguts però atractiu en la presentació i els temes.

5.2.5 – Idioma

Un dels aspectes més criticats del mitjà i alhora un tret característic seu és l'idioma dominant a les seves pàgines. El diari *Menorca* és un mitjà majoritàriament en castellà, només la secció cultural té el català com a llengua dominant, més enllà d'alguns fragments de les seccions d'opinió, «Mira Menorca», «Personas.com» i seccions o suplementes especials. Segons un estudi realitzat per Joan Francesc López Casasnovas² (2018), a Menorca un 52% de la població té el català com a llengua inicial (40% a Balears), un 53,5% el té com a ús habitual (36,8% a Balears), un 54% el té com a llengua d'identificació (40,5% a Balears), i un 51,5% considera el català com a llengua pròpia de l'illa (36,07% a Balears). Menorca està per sobre de la mitjana balear en tots aquests aspectes i, a diferència de Mallorca amb l'*Ara Balears* o el ja desaparegut *Diari de Balears*, ambdós d'abast balear però amb seu, redacció i focus a Mallorca, no té un mitjà de comunicació escrit en llengua catalana.

Josep Bagur (2020) explica la decisió de seguir fent la major part del diari en llengua castellana tot i que no és l'idioma propi de Menorca.

El diari era tot en castellà durant molts anys, però a partir del 55 ja hi va haver un canvi en la capçalera quan va desaparèixer l'escut de la Falange i va aparèixer el de Menorca. Era un canvi significatiu abans dels 60. A partir dels 60 anava apareixent alguns escrits en català, i el diari ha optat des de fa anys pel bilingüisme. Actualment el nivell estaria al voltant d'un 70-30 (majoritari el castellà). Quan hi va haver la integració dels dos diaris, l'última hora és molt més en castellà que el Menorca, així que el criteri va ser associar seccions a un idioma, altres a una altra i altres purament bilingües. «Mira Menorca» (reportatge) és bilingüe, la de cultura és en català, «Personas.com» és bilingüe, informació local, nacional i de societat és en castellà, opinió és bilingüe. Tenim clar que formem part d'una unitat lingüística que és catalana i, per tant, hi ha unes normes que es basen en el català incorporant la riquesa del lèxic menorquí. L'estructura de les frases, s'evita castellanismes, s'utilitza l'article literari (tret d'excepcions que confirmen la norma). El diari de paper cada vegada té menys difusió entre la gent més jove, tot i que nosaltres tenim una difusió molt ampla, les enquestes que hem fet en els nostres subscriptors (tenim

2 Professor i membre de la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC)

més subscriptors que ventes) ens diuen que volen el diari més en castellà que en català.

5.2.6 – Competència i mitjans escrits alternatius

Com ja s'ha explicat anteriorment, la competència escrita en paper del diari *Menorca* a nivell insular és inexistent. Durant els últims anys, només mitjans de comunicació escrits d'àmbit balear o nacional comparteixen el públic menorquí amb el diari *Menorca*. Així i tot, amb el procés de digitalització que viuen actualment i des de fa uns anys els mitjans de comunicació, han sorgit algunes iniciatives i propostes de creacions de diaris menorquins, tot i que no són nombroses i la seva línia editorial no dista de la del *Menorca*, degut a la plantilla reduïda i la falta de recursos.

Menorcaaldia (www.menorcaaldia.com) és el mitjà de comunicació escrit a nivell insular que més competència suposa pel diari *Menorca*, actualment dirigit per Jordi Ribera. Aquest és un diari únicament digital, creat el 2013 per Bartolomé Mercadal i Francesc Febrer per fer front al monopoli informatiu del *Menorca* però de manera digital davant la impossibilitat de crear un mitjà de comunicació escrit en paper. La intenció d'aquest diari també era atraure el públic jove, ja que segons Jordi Ribera (2020) *Menorcaaldia* està destinat a «Gent majoritàriament jove que entén que el futur són els mitjans online i persones treballadores que volen informar-se abans de marxar cap a la feina. Estaríem parlant bàsicament d'un forquilla entre els 30 i els 60 anys aproximadament. Però també tenim un estil que és atractiu que permet que gent de qualsevol col·lectiu pugui gaudir del diari».

Aquest és un mitjà independent, però té un acord amb el grup de comunicació 365 COM³, per intercanviar informacions, fotografies i publicitat. El diari està escrit majoritàriament en castellà, tot i que l'àmbit i el focus de les informacions publicades són de l'illa de Menorca, amb poc protagonisme per les notícies d'abast nacional i/o internacional. El finançament del mitjà es basa únicament en la publicitat, fet que provoca que la seva plantilla sigui curta, compten amb quatre redactors fixes i un fotògraf, més enllà dels escrits voluntaris que reben periòdicament. El fet de no tenir el poder de

3 Grup de comunicació balear que gestiona, entre altres mitjans de comunicació, el diari digital *Mallorcardiario* (www.mallorcardiario.com)

recursos que té el diari *Menorca* provoca que la competència sigui molt desigual, i *Menorcaaldia* intenti fer un contingut diferent, intentant fugir de l'actualitat política i donar més importància a reportatges i continguts fotogràfics.

Pàgina web www.menorcaaldia.com durant el dia 19-6-2020

Pel que fa a la difusió, les dades oficials recollides per l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) mostren un creixement general de les visites a www.menorcaaldia.com, sobretot a partir del 2020. Aquest creixement, però, és irregular i compta amb un pic al mes de març del 2020 (mes en el qual es va decretar l'estat d'alarma i va començar el confinament) amb un total de 697.543 visites, mentre que l'últim mes del qual tenim dades, el mes de juny del 2020, compta amb 415.651 visites. Aquestes dades mostren l'augment de visites respecte les rebudes durant els mesos de novembre i desembre de 2019, les quals no arribaven a les 190.000 en cap dels dos últims mesos de l'any. L'oscil·lació de visites sembla, doncs, un tret característic de la difusió del *Menorcaaldia*, tret que denota les dificultats de crear una comunitat més àmplia de lectors fidels que pugui comportar una competència seriosa al diari *Menorca*.

Així veu Josep Bagur (2020) la competència que comporta el mitjà digital *Menorcaaldia* pel diari *Menorca*.

Un altre diari no tindria possibilitat, ja que no hi ha públic, no hi ha mercat per dos mitjans (com ja hi eren) i ahora és molt difícil econòmicament que pugués sortir. A nivell digital, com que els costos són més baixos, *Menorcaaldia* amb una estructura més petita poden anar fent coses. Ells són la nostra competència, tal com ho són les ràdios, alguns mitjans digitals i *IB3*. Nosaltres hem de competir amb aquests mitjans a través del paper, intentant oferir continguts que vagin més a fons. El paper del diari és no anar a la notícia pura i dura que era la dinàmica d'un diari fa quinze o vint anys, sinó que intentem fer més anàlisis dels temes, més opinions, més dades concretes, informació més desenvolupada. Publicar la notícia pura i dura no té sentit en un diari en paper. Hem de fer constar la notícia, ja que som un notari de notícies i a Menorca es publica tot.

En aquesta mateixa línia, Jordi Ribera (2020) admet les dificultats que comporta la creació d'un mitjà de comunicació alternatiu al diari *Menorca*, dificultats que augmenten sobradament si es pretén que el mitjà escrit sigui publicat i imprès en paper.

Un altre diari en paper seria molt complicat. L'experiència de la unió Menorca-Última Hora al 2013 ja va demostrar la dificultat existent. Per altra banda hi ha el fet de la 'mort del paper' que creiem que es produirà. La única via possible seria fer un mitjà en paper que es 'mengés' el *Menorca*, però la inversió que caldria seria enorme i molt difícilment recuperable a més de ser un projecte a anys vista.

Pel que fa a més mitjans online hi ha un problema que també afecta al paper. El 'pastís publicitari' és el que és a una illa petita com Menorca. A més mitjans, més gent per a repartir-se'l. No dona per a massa. A més, guanyar lectors és una tasca molt complicada i qui no estigui ja situat al panorama illenc ho tindrà molt difícil per a tenir aquest seguidors que són els qui marquen la importància del mitjà i la quantitat que es pot demanar a nivell publicitari. Un cop més, si un mitjà online vol entrar de nou i assentar-se hauria de fer una inversió en diners i hores a llarg termini que difícilment seria rendible.

6– Polítiques públiques al voltant dels mitjans de comunicació menorquins

La independència política dels mitjans de comunicació és un aspecte molt arrelat en les institucions públiques i, alhora, a les redaccions. Habitualment, els mitjans de comunicació tracten els governs (o, en el cas de Menorca, el Consell Insular) com una empresa particular. Així, si un òrgan públic vol utilitzar una pàgina d'un diari per anunciar-se, el procés és el mateix que si una empresa particular vol publicar anuncis publicitaris dels seus serveis o productes.

En el mapa comunicatiu de Menorca, aquesta independència dels mitjans de comunicació es compleix pel que fa a l'abast insular, però la cosa canvia quan parlem dels mitjans de comunicació locals. El Departament de Cultura del Consell Insular de Menorca (CIME) va firmar ja fa uns anys un conveni per donar suport a les quatre revistes locals dels diferents pobles de l'illa. Aquestes revistes són *Iris*, *s'Ull de Sol*, *Xerra i Xala*, i *s'Auba*.

Pel que fa a la relació amb el diari *Menorca*, des del Consell no hi ha subvencions de cap tipus. Així i tot, existeix la col·laboració del diari amb el Consell en alguns projectes comunicatius a l'illa. Josep Bagur (2020) explica la relació entre el diari *Menorca* i el Consell Insular de Menorca.

No hi ha subvencions, hi ha alguns acords, ells posen anuncis i els paguen. Nosaltres treballem com a empresa d'Editorial Menorca, editora del diari, i també fem la revista *Ona* de la Reserva de la Biosfera. La relació amb el Consell és normal i en moments crítics, a vegades hem hagut de fer publicacions que critiquen la gestió pública del Consell. Però en cap moment als periodistes els condiciona cap factor per fer les seves informacions sobre el Consell. Sempre hi ha pressions, però el diari surt amb una dignitat important. Com a director et puc assegurar que els periodistes tenen iniciativa i llibertat per tractar els temes amb el criteri professional que han de tenir. La meva feina és ajudar els periodistes a fer millor la seva feina. També som conscients que una editorial en la qual el diari expressi la seva opinió pot agradar més o menys. Per exemple, hem estat molt crítics amb la situació de la carretera general i al Consell no li agrada. Ara bé, quan el periodista fa una informació no la

fa marcat per la línia editorial, sinó que si realment han acabat les obres de Ciutadella a Ferreries i la carretera està millor, ho explica.

Així i tot, l'anomenada independència política dels mitjans de comunicació, en un àmbit reduït i limitat com és l'illa de Menorca, en moltes ocasions és complicada d'assolir. Segons l'actual directora insular de comunicació del Consell Insular de Menorca, Magdalena Arnau (2020), «Els mitjans de comunicació privats depenen majoritàriament de les insercions publicitàries. En aquest sentit, des del punt de vista econòmic, no poden ser independents. Des del punt de vista informatiu, ja depèn de la forma de ser de cada persona. Si la persona que contracta un espai, requereix o imposa que surtin unes informacions concretes, i el mitjà de comunicació també accepta per poder generar més beneficis... Des del departament de Comunicació del Consell Insular, s'intenta donar tota la llibertat possible als mitjans de comunicació». En la mateixa línia, i aprofundint en la idea de la complexitat i dificultat de la independència dels mitjans de comunicació (i en especial a Menorca), segons una exdirectora insular de comunicació del Consell Insular de Menorca (2020), la qual va demanar no difondre el seu nom, «A Menorca es fa un tipus de periodisme massa servil, i no només en el que a l'àmbit polític respecte, segurament per la familiaritat d'una illa petita on tothom es coneix. Açò fa que la relació entre el periodista i el polític sigui propera, moltes vegades de confiança. I dic, malauradament, perquè des del meu punt de vista el periodista hauria d'informar dels temes polítics des d'una certa llunyania. La relació és tan bona que és molt difícil assistir a una roda de premsa institucional on es facin preguntes compromeses als representants polítics. Segurament, només un 10% dels periodistes que cobreixen els actes institucionals demanen sense cap mena de condicionants tot allò que voldria saber la ciutadania».

La particularitat de comptar només amb un únic mitjà de comunicació escrit en paper a Menorca provoca que aquest esdevingui un actor polític amb molt de pes dins la societat menorquina. Un article, una exclusiva o una opinió que apareix al diari *Menorca* arriba a tots els municipis de l'illa en qüestió d'hores i, per tant, una mala relació amb el diari pot suposar una amenaça per les institucions públiques. Segons l'exdirectora insular de comunicació del CIME (2020), «Tots els projectes alternatius (al diari *Menorca*) que s'han posat en marxa no han acabat funcionant. El diari *Menorca* controla el monopoli informatiu de l'illa, sobretot des que el Grup Serra va comprar la capçalera i es

van fer de l'altra alternativa que hi havia (*Última Hora Menorca*) un sol rotatiu. Lectors i polítics llegeixen en el diari tot el que diuen d'ells, des del meu punt de vista, pel que fa als representants polítics es deixen influenciar massa per aquest fet».

El fet de només tenir un diari a Menorca ha provocat que aquest sigui, en moltes ocasions, l'espai difusor del Consell Insular. El Departament de Comunicació del CIME no aconsegueix tenir la tirada del diari, a pesar de l'auge de les xarxes socials i la difusió d'informació oficial per les institucions públiques per la via *online*. Segons Magdalena Arnau, (2020), «La relació entre el Consell Insular i els diversos mitjans de comunicació és recíproca: el Consell Insular necessita els mitjans per tal de poder difondre la seva activitat, i els mitjans de comunicació necessiten notícies per omplir els seus espais». Per aquest motiu, juntament amb l'explicat anteriorment de l'àmbit «familiar» existent a l'illa de Menorca, i com la majoria d'institucions públiques, existeixen filtracions al diari *Menorca*, tot i que des del Consell asseguruen que es tracta d'«una minoria».

7- Conclusions

Una vegada completat l'anàlisi del diari *Menorca* i el seu entorn comunicatiu escrit, s'han arribat a una sèrie de conclusions relacionades amb les hipòtesis inicials recollides a l'apartat «Introducció» del treball. Aquestes conclusions estan totes relacionades entre sí. La hipòtesi inicial, la necessitat de creació d'un mitjà de comunicació escrit en català alternatiu al diari *Menorca*, s'ha vist confirmada a través de l'anàlisi del diari i l'entorn comunicatiu, necessitat que es veu augmentada per un monopoli negatiu pel que fa a la comunicació menorquina, així com pel mateix diari *Menorca*. La creació d'un diari a Menorca també és necessari per l'idioma dels mitjans de comunicació escrits propis de l'illa (*Menorca* i *Menorcaaldia*) i la falta d'identificació del públic jove amb la línia editorial del diari *Menorca*.

7.1 – Proposta d'un nou mitjà alternatiu al diari *Menorca*

La millor (i única) via d'acabar amb un monopoli comunicatiu és, òbviament, la creació de mitjans de comunicació alternatius. En el cas que ens ocupa, el diari *Menorca* s'ha vist com única capçalera pròpia de l'illa des del 2013, fet que ha provocat tenir un públic fidel. Aquest públic, però, no necessàriament pot estar d'acord amb la línia editorial del mitjà, ni amb els continguts d'aquest, ni amb la manera d'informar, però amb aquest monopoli només té una única via escrita per informar-se sobre els successos de l'illa de Menorca.

També s'ha demostrat que *Menorcaaldia* no és una competència prou seriosa ja que, per falta de recursos econòmics, els continguts publicats no poden ser de la mateixa qualitat que els del diari *Menorca*. Per altra banda, el fet de mantenir el castellà com a llengua dominant en el mitjà, així com no diferenciar-se molt del *Menorca* pel que fa a notícies publicades (tot i que com ja s'ha explicat, amb un caire més social) ha acabat provocant que no s'hagi pogut desmarcar del diari *Menorca* i crear una comunitat de lectors. La captació de públic jove a través de les plataformes digitals tampoc no ha funcionat, i actualment hi ha un gran percentatge de persones en edat adolescent i juvenil que no es senten identificades amb la línia editorial encara unida a «l'humanisme cristià» del diari *Menorca*. De fet, segons un estudi del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el cristianisme a Espanya està en clara línia descendent, sobretot per l'augment de joves agnòstics o ateus.

L'atracció d'aquest públic jove no s'ha aconseguit tampoc amb l'intent de regeneració del *Menorcaaldia*, també en gran part, per l'idioma escollit per les dues capçaleres i l'edat avançada dels seus fundadors. Així doncs, es podria afirmar que el públic jove del diari *Menorca* existeix simplement per la falta d'alternatives. Segons el secretari general de l'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC), Josep Ritort (2020), «El de *Menorcaaldia* no és el perfil que es necessita, els que ho porten superen la cinquantena d'anys i ho fan en castellà. [...] A Catalunya, la comunitat de lectors del *Vilaweb* o el *Naciódigital* és una generació que abans no existia, una generació que ha sortit i no llegeix *La Vanguardia* o *El Periódico*. A Manresa hi ha un exemple que podria ser la situació de Menorca, on els joves (menys de 40 anys) llegeixen el *Regió 7* que és un mitjà *online*, enlloc de llegir el diari convencional (diari *Menorca*). La població dels diaris en paper envelleix i els mitjans més joves i alhora més petits són rendibles. I en digital, amb un parell de persones i una xarxa de col·laboradors, alguns voluntaris especialitzats en diferents temes, ja tires».

Així i tot, la peculiar situació a l'illa de Menorca no ha estat única en la història dels mitjans de comunicació als Països Catalans. De fet, en els últims anys algunes capçaleres han trobat èxit en les seves publicacions, partint d'una base senzilla però sòlida, habitualment a través de plataformes digitals, que poden provocar el pas al paper en el futur. Segons Josep Ritort (2020) «A les Balears no hi ha tants mitjans nous com a Catalunya o el País Valencià, en total a les tres illes hi ha uns 40 associats, però està més parat proporcionalment al que pot ser el conjunt de Catalunya (comparant població). També hi ha alguns que comencen digital que es passen al paper, que potser no són setmanals però es pot fer algun número trimestral. Alguns mitjans setmanals tanquen perquè, apart de la crisi, no hi ha relleu generacional, i aquests a vegades passen a ser publicacions mensuals, o que surten sis o vuit cops l'any i es transformen en més qualitius. El paper torna a créixer. [...] Abans naixien en paper i, quan va aparèixer el món digital, es passaven a aquest món. Ara, el 80/90% neixen en format digital i, si dins aquest format tenen èxit, poden intentar passar al paper. A Mollerussa i Tàrrrega han vist que la marca ha anat funcionant i, com que el paper té més capacitat proporcionalment de generar més ingressos (també més despeses), intenten fer un, dos, cinc cops l'any una edició en paper. La majoria neixen pel digital, però no és únic. Depèn de la persona, a Torredembarra ha nascut un mitjà en paper, sobretot a pobles petits perquè la difusió és més fàcil».

Tot i que el director del diari *Menorca*, Josep Bagur, afirmi que un altre mitjà de comunicació escrit a Menorca no seria viable, la realitat és que la comoditat a la qual ha arribat la capçalera sense haver de competir amb cap altre mitjà i amb un públic fidel no és bona pel diari, que només veu el seu lent descens més enllà de revertir la situació. Segons Josep Ritort (2020) «És normal que el diari *Menorca* digui que no cal ningú més, perquè si tu tens el monopoli no en vols més. A Lleida, al *Segre* tampoc interessa que hi hagi competència. Hi ha una certa comoditat. La meva teoria és que a Menorca, un diari ja no dona perquè és un producte antic que compra la gent gran, i si n'hi ha un ja no hi ha lloc per dos. Ara bé, un mitjà digital, una revista o informació mensual en paper, segurament gratuïta. Quan mor un mitjà en pagament i es reprèn al cap de dos anys, els subscriptors no tornen. Per mi el futur està en jugar amb el digital i algun mitjà de paper que sigui més format revista, que s'integri en diferents pobles, més local, que s'adapti a la temporada econòmica... El futur està en jugar en el món digital».

7.1.1 – Finançament

Els motius explicats provoquen la confirmació de la hipòtesi, confirmen la necessitat de la creació d'un mitjà de comunicació escrit en català a Menorca. Aquest no és un procés fàcil, ja que la falta de subvencions públiques unides a la gran captació de publicitat per part del diari *Menorca* deixa un tall del pastís publicitari de l'illa molt petit per un projecte d'aquestes dimensions. Segons Josep Ritort (2020), « A Mallorca hi ha la Premsa Forana, igual que a Menorca hi ha l'Associació de Premsa Local, i a Catalunya la Premsa Comarcal. La premsa de pagament local no té relleu. Va néixer als anys 70, i actualment només un de cada quatre casos té un relleu clar. Aquella vocació que abans hi havia ja no existeix, també influeix que molts cops són d'entitats, s'ha de fer voluntàriament, els continguts també han quedat envellits i allunyats de les noves generacions que creixen... Cal un relleu, i en paper no existeix. Potser els recursos econòmics depenen del turisme a Menorca. Hi ha hagut iniciatives, i l'hivern es fa llarg per captar publicitat. Un mitjà de comunicació que permeti guanyar-te la vida tot l'any és complicat en llocs turístics i es concentra massa el negoci en el turisme. A Catalunya hi ha un dinamisme de mitjans locals diferencial, a València està naixent però a Menorca falten mitjans de proximitat. A Menorca, apart del diari *Menorca*, si treus l'*Iris*, revistes que surten un cop cada dos o tres mesos, *S'Auba* i *Xerra i xala...* És poc per la població que hi ha. Depèn d'un cert dinamisme, a Catalunya el comerç de les administracions juntament amb el de proximitat s'implica més que a Menorca o a Mallorca. Si ningú t'ajuda massa, tot és més insostenible. Començar de zero és molt més dur».

Per poder fer una competència seriosa al diari *Menorca* es necessitaria una plantilla de treballadors i voluntaris regular, no tan limitada com la del *Menorcaaldia*. Per aconseguir els ingressos necessaris, la via més segura és la publicitat, ja que és molt complicat fer un mitjà de pagament *online*, així com aconseguir subscripcions. Per assolir el nivell d'ingressos suficient, associacions com l'AMIC ofereixen serveis a mitjans de comunicació escrits de proximitat perquè puguin tenir una certa solvència econòmica. Segons Josep Ritort (2020) «Una altra pota que hem obert és la captació de publicitat, sobretot a Catalunya però també a Balears. Als mitjans petits interessa que Movistar o La Caixa puguin posar publicitat a mitjans que per ells sols no podrien aconseguir. També fem formació, ajudem als mitjans a innovar, a reinventar-se, com fer el salt digital, com millorar en aquest món

digital... L'aula d'innovació és posar-los un expert per millorar el seu producte, sobretot enfocant a temes digitals, xarxes socials, com em presento als clients...».

Tot i que no és una via de finançament molt fiable actualment, com ja s'ha comentat, les institucions públiques saben de la importància dels mitjans de comunicació de proximitat. Per aquest motiu, una part del finançament d'un nou mitjà de comunicació escrit a Menorca es podria remetre a les entitats polítiques. Segons Josep Ritort (2020) «Cada vegada hi ha més suport institucional als mitjans en llengua catalana. A Catalunya hi ha més ajudes per projectes que neixen. Un mitjà nou pot rebre ajuts del Consell Insular, del Govern de les Balears però també del Govern català. Per tant, ajuts a un any vista, però ajuts. No és tan difícil poder impulsar un mitjà en digital. Després, pots fer una revista aprofitant dates especials perquè la gent es conegui, o una edició de cultura, de turisme... Més tematitzada».

7.1.2 – Continguts i estructura

Per dur a terme la creació d'un mitjà de comunicació escrit en català alternatiu al diari *Menorca*, s'hauria de tenir abans una idea clara dels continguts i l'estructura que tindria aquest diari. Per començar, l'edició impresa quedaria descartada per motius econòmics, s'optaria per una plataforma *online* i, si aquesta funciona, introduir algunes publicacions en paper cada mes. Segons Josep Ritort (2020) «Fer un diari en paper és pràcticament impossible. Hi ha una possibilitat de futur que és el que està fent l'*Ara Balears* a Mallorca, que és un setmanari. Els diaris diuen que a la llarga sortiran dos cops per setmana, en algunes zones, ja que no dona per cada dia. Si va bé, podria sortir un setmanal més qualitatiu o més de reflexió i tenir el digital pel dia a dia, ja que començar ara a fer un diari en paper significaria arruïnar-se. [...] A Menorca hi hauria d'haver una combinació d'un mitjà d'informació digital de tota l'illa amb col·laboracions de gent de tota l'illa. Tens la localitat i alhora la globalitat, buscant un tarannà que generi l'audiència. Fer un mitjà amb seccions prou definides com perquè tots els pobles es sentin identificats».

Els continguts del diari anirien de la mà de la seva línia editorial, que defensaria l'illa de Menorca i la seva cultura, posant especial èmfasi en la llengua catalana. Per aconseguir això, també es donaria veu a

col·lectius i persones que necessiten difusió, que han estat històricament oprimits i que no tenen veu en els mitjans de comunicació convencionals. També es dividiria l'espai d'una manera més o menys equitativa perquè tots els pobles es poguessin veure representats i identificats en aquest mitjà. El focus de les notícies seria únicament Menorca, les seccions «Nacional», «Internacional» o «Món» no tindrien cabuda, ja que la visió seria exclusiva dels successos menorquins. En un territori de 96.000 habitants els fets noticiables abunden i, per molt que es pugui pensar el contrari, a Menorca hi ha molts altres successos més enllà de la temporada d'estiu i el turisme de masses.

Per donar cabuda a tots aquests continguts, el mitjà no tindria una estructura massa complexa i, més o menys, fixa. Es donaria molta importància a la secció de cultura i, a través de les seccions clàssiques dels mitjans de comunicació escrits (societat, esports, política, successos...) s'informaria, com ja s'ha explicat, exclusivament sobre Menorca. Una secció que naixeria amb el mitjà seria la de «Municipis», que tractaria els diferents fets noticiables de la jornada als vuit pobles de l'illa de Menorca perquè, com s'ha anunciat anteriorment, tots els habitants i, en especial, els joves de l'illa es puguin sentir identificats. Per aconseguir que els joves es sentin identificats, el mitjà també comptaria amb una secció d'entrevistes a diferents personatges de Menorca, més o menys coneguts, els quals serien majoritàriament d'edat curta, amb preocupacions pròpies dels joves i sense una vida laboral contrastada, en moltes ocasions un requisit no escrit per ser entrevistat en un mitjà de comunicació.

En definitiva, el nou mitjà de comunicació escrit en català alternatiu al diari *Menorca* seria un espai de difusió, de donar veu, d'informació, de reivindicació i de focus plenament menorquí. Un espai, com s'ha vist al llarg de l'anàlisi del mapa comunicatiu de l'illa, molt necessari pels habitants d'aquesta, molt enriquidor pels menorquins que comptarien amb una competència digna a un diari *Menorca* que, degut a la comoditat del monopoli, no s'ha reinventat i segueix amb ideals, idioma, i línia editorial propis de generacions antigues. La premsa canvia i s'adapta amb els canvis de la societat, i la societat menorquina està demanant un mitjà alternatiu en català.

8- Bibliografia

- Caldevilla Domínguez, D. i Visa Barbosa, M. (2013). *El periodisme digital de proximitat. Història i usos actuals. Estudi de Vilaweb local i del portal Madridiario*, 0(49), 29–42. Barcelona: *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*.
- Calle, J. (2014). *Análisis de la necesidad de información en Cantón Baba con la propuesta de la creación de un periódico semanal*. 1-36. Ecuador: Universidad de Guayaquil
- Company Mates, A. i Serra Busquets, S. (1994). *Evolució i perspectives dels estudis d'història de la premsa a les illes Balears*, 16, 165–184. Barcelona: *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*.
- Costa Fernández, L. i Puntí Brun, M. (2013). *Premsa gratuïta, un model de comunicació local*, 30(1), 79–99. Girona: *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*.
- López Casasnovas, J. F. (2018) *Menorca, llengua i territori: 1993-2018*. Menorca: Jornades sobre els 25 anys de la reserva de biosfera de Menorca.
- López Lita, R.; Fernández Beltrán, F. i Durán Mañes, Á. (2004). *La comunicación local por Internet. IV Congreso de Comunicación Local*
- López, X.; Galindo, F. i Villar, M. (1998). *El valor social de la información de proximidad*, 7. La Laguna: *Revista Latina de Comunicación Social*. Recuperat el 06/04/2020 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htm>
- Lora Alfaro, C.; Díaz Contreras, G. i Renteria Perea, J. (2010). *Propuesta de creación periódico comunitario de Turbaco «Turbaco al día»*. Colombia: Universidad Tecnológica de Bolívar
- Marquès Sintès, M. À. (2012). *La il·lusió de fer premsa local al segle XXI*. Menorca: text llegit a la XII Diada de la Premsa Local de Menorca

Webgrafia

- *Barómetro del CIS: El porcentaje de católicos desciende en España - Periodista Digital*. (n.d.). de <https://www.periodistadigital.com/cultura/religion/20191030/barometro-cis-porcentaje-catolicos-desciende-espana-noticia-689404174797/> (Data de consulta: 19/07/2020)
- *Evolución Audiencia MENORCAALDIA.COM*. (n.d.). Recuperat el 03/07/2020 de <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/menorcaaldia-evolucion-audiencia/totales/anual/6655/trafico-global/>
- <http://www.gruposerra.com> (Data de consulta: 20/03/2020)
- <http://www.menorca.info> (Data de consulta: 20/03/2020)
- <http://www.menorcaaldia.com> (Data de consulta: 20/03/2020)
- <http://www.ojd.es> (Data de consulta: 16/06/2020)

9 – Annexos

9.1 – Entrevista a Josep Bagur (director del diari *Menorca*)

Quin és l'origen del mitjà?

El diari Menorca va aparèixer el primer número dia 1 de febrer del 1941. Abans de la guerra hi havia tres mitjans escrits: La veu de Menorca, El Bien Público i El Iris. Després de la guerra van desaparèixer i Menorca va estar sense mitjans escrits durant uns anys. El Menorca el va fundar en Fernando Jansà Guardiola. Quan el va fundar, estava lligat a Falange Espanyola i de las JOMS. Tots els diaris havien d'estar sotmesos a la censura i a la Falange. El 1954 és quan s'incorporen nous accionistes després d'una crisi econòmica molt greu. Un capellà de Maó que nomia Jaume Cots va ser el que va aportar capital per poder continuar amb el diari i després va cedir les accions al bisbat de Menorca i a tres famílies de Maó. Per això el bisbat ha estat accionista majoritari del diari fins el 2013. Es va arribar a un acord entre els dos diaris per la unió d'ambdós, quan els dos mitjans estaven en una crisi econòmica terrible i hi havia el risc que Menorca pogués quedar sense cap diari local. Per tant, aquesta va ser la manera de la supervivència d'un diari. Durant la crisi que va començar el 2007 els dos mitjans estaven perdent diners, i en premsa escrita la tendència no és créixer en difusió, sinó tot lo contrari. Es va arribar a aquest acord d'integració i es va fer un diari únic. A partir del 2013, l'accionista majoritari és el Grup Serra.

Com era la competència abans del 2013?

De cada quatre diaris, aproximadament el Menorca venia tres diaris i l'Última Hora en venia un. Aquest últim s'havia ubicat més a la banda de Ciutadella, i el Menorca sempre ha tingut la seva central a Maó. En una illa tan polaritzada, la gent ha vist més el Menorca com un diari més de la banda de llevant, i l'Última Hora es va centrar més en la banda de ponent.

Quin és l'origen de la pàgina web?

Es va començar a publicar el 2003. Pere Melis va ser l'encarregat. Va fer un màster en tema digital i va ser el que va promoure la creació. Es va fer quan la dinàmica de la premsa escrita era que cada mitjà tingués una versió digital.

Per què es publica majoritàriament en castellà?

El diari era tot en castellà durant molts anys, però a partir del 55 ja hi va haver un canvi en la capçalera quan va desaparèixer l'escut de la Falange i va aparèixer el de Menorca. Era un canvi significatiu abans dels 60. A partir dels 60 anava apareixent alguns escrits en català, i el diari ha optat des de fa anys pel bilingüisme. Actualment el nivell estaria al voltant d'un 70-30 (majoritari el castellà). Quan hi va haver la integració dels dos diaris, l'última hora és molt més en castellà que el Menorca, així que el criteri va ser associar seccions a un idioma, altres a una altra i altres purament bilingües. Mira Menorca (reportatge) és bilingüe, la de cultura és en català, Persones.com és bilingüe, informació local, nacional i de societat és en castellà, opinió és bilingüe. Tenim clar que formem part d'una unitat lingüística que és catalana i, per tant, hi ha unes normes que es basen en el català incorporant la riquesa del lèxic menorquí. L'estructura de les frases, s'evita castellanismes, s'utilitza l'article literari (tret d'excepcions que confirmen la norma). El diari de paper cada vegada té menys difusió entre la gent més jove, tot i que nosaltres tenim una difusió molt ampla, les enquestes que hem fet en els nostres subscriptors (tenim més subscriptors que ventes) ens diuen que volen el diari més en castellà que en català.

Quin és el finançament del diari?

Publicitat i subscripcions. La nostra base són els subscriptors. Tots els diaris en paper baixen en difusió a Espanya, nosaltres som un dels diaris el ritme de descens dels quals és més lent. Bàsicament de subscriptors, punts de venda (no només a llibreries), publicitat i activitats externes. Som uns 80 treballadors, tenim una impremta comercial (Gràfiques Menorca). Publiquem llibres, revistes i publicacions especials d'altres entitats per recaptar ingressos. Club Nàutic de Ciutadella, Club Marítim de Maó, Revista Ona de sa Reserva de la Biosfera del CIME. En aquesta plantilla de 75 persones una part important són els repartidors. Cada dia, a les dues del matí, uns 35 repartidors s'encarreguen de fer arribar els diaris.

Actualment, quina és la plantilla de treballadors?

Plantilla de redacció d'uns 25 treballadors, entre fotògrafs, maquetadors, redactors... Hi ha part de departament comercial, administració, rotativa...

Com és la relació amb els diaris *online* (*Menorcaaldia*)?

Hi ha altres mitjans online, nosaltres a Menorca.info tenim una difusió molt major a Menorcaaldia.com. Nosaltres avancem a la web tot allò que sigui de coneixement públic i ens reservem en paper els temes exclusius del diari. No tots els continguts en paper es poden trobar abans a la versió digital. Nosaltres utilitzem aquest criteri, volem que la web faci un poc de promoció del paper. Tenim una columna amb uns quants titulars dels temes propis del diari perquè la gent vagi al diari. Tenim un sistema de venda que és el kiosko y más. La venda és encara molt petita, però és una forma de valorar el sistema de futur. Valorem la generació d'informació pròpia i quin sistema de pagament s'estableix.

El diari està en creixement?

Tots els diaris d'Espanya decreixen. Durant una època, treure una exclusiva volia dir tenir més ventes, al contrari del que passa ara. Si ara treus una exclusiva, no vens un número més. La gent està acostumada al consum ràpid d'informació digital, els diaris en paper no tenen creixement. Nosaltres anem aguantat i tenim un ritme lent de descens gràcies a la base de subscriptors. Hi ha d'aquests grans que van morint i deixen la subscripció als seus fills, per exemple, i això es va mantenint. Mentre no hi hagi una crisi econòmica que és el factor més important que provoca les baixes, per reducció de costos, de les famílies, nosaltres amb una base de subscriptors seguim donant un servei que aquests valoren. Per exemple, en els bars tenen dos diaris.

Quina és l'estructura del diari?

Vam fer un model de diari que mantenim fins que no canviem el disseny. Tenim una estructura fixa: tenim un tema del dia, que és una complicació, ja que fem l'esforç de destacar un tema amb més profunditat. Les primeres pàgines són d'informació local, ja que som un mitjà que considerem molt secundària la informació nacional i internacional. És un diari d'informació molt local, sabem que no podem donar tractaments propis d'aquestes altres informacions, tot i que hem de donar les notícies importants. Obrim amb un tema del dia, amb la secció de local, que és la ocupa més pàgines del diari (les primeres i les més nombroses). Tenim una secció de succeïts, una secció de Balears, on incorporem

pàgines que elaboren (UH) des de Palma, on reduïm costos. Tenim una gran quantitat de col·laboradors externs, tenim uns 80 articulistes que col·laboren d'una manera més o menys regulars (molts són de cada setmana o de cada 15 dies). Són articulistes voluntaris. Tenim un número de cartes al director molt sorprenent, ja que l'UH publica a la setmana 5 o 6 cartes amb dies sense la publicació de cap, mentre que nosaltres sis cartes és la mitjana diària. Tenim una sèrie de gent que són investigadors, membres de l'IME (Josep Portella), que ens fan reportatges de pàgina sencera amb una maquetació més atractiva. A vegades aquests continguts es converteixen en llibres. Hem presentat un llibre, per exemple, que edita l'IME, i són reportatges del diari sobre el món de l'art. Aquests col·laboradors són una de les grans riqueses en temes de cultura, art, arqueologia, producte local... que donen valor al diari. Una secció que es diu Mira Menorca, que és la de reportatges un poc més lights i frescos, en els quals domina el color i la fotografia. Després tenim la secció fixa de cultura, que no va al darrere com en molts de diaris, sinó que va en el bloc central i, a vegades, en color, que depèn de la rotativa. Després venen les seccions d'esports, teletips, Espanya, món i societats. La contraportada tenim entrevistes a Persones.com o fotografies comentades dels nostres fotògrafs

Quin és el paper de les xarxes socials?

Paper importantíssim. Estem a Facebook, Twitter, Telegram... Tenim un butlletí on enviem cada dia un resum de les notícies, i la difusió de web és enorme i està en creixement (aquest gener, un 14% més que els curs passat) un volum de visites molt important.

A quin tipus de públic us dirigiu?

Intentem pescar tot tipus de públic. Als subscriptors nous donem l'oportunitat d'accedir al servei de kiosko y más de manera gratuïta. Al qui té una subscripció de paper, pot accedir a aquest servei i mirar la publicació en paper sencera, no només les notícies, a través del mòbil o l'ordinador. En la web, donem prioritat a la rapidesa de la publicació de les notícies, continguts exclusius, accés a documents (sentències, plans, fotografies...) i un nivell altíssim de comentaris. Tenim un periodista que dedica mitja jornada cada dia a autoritzar els comentaris. No tenim una línia oberta de comentaris, s'ha d'autoritzar prèviament perquè la gent aprofita l'anonimat d'internet per insultar o assetjar. Nosaltres eliminem gairebé la meitat dels comentaris que ens arriben.

Utilitzeu fonts informatives o agències d'informació d'algun tipus?

Utilitzem EFE, EuropaPress i informacions del grup Serra. Aquest té l'UH Mallorca que és el diari amb més difusió de Balears, el Periódico d'Eivissa i nosaltres.

Com és la relació amb el Consell Insular de Menorca?

No hi ha subvencions, hi ha alguns acords, ells posen anuncis i els paguen. Nosaltres treballem com a empresa d'Editorial Menorca editora del diari també fem la revista Ona de la Reserva de la Biosfera. La relació amb el Consell és normal i en moments crítics, a vegades hem hagut de fer publicacions que critiquen la gestió pública del Consell. Però en cap moment als periodistes els condiciona cap factor per fer les seves informacions sobre el Consell. Sempre hi ha pressions, però el diari surt amb una dignitat important. Com a director et puc assegurar que els periodistes tenen iniciativa i llibertat per tractar els temes amb el criteri professional que han de tenir. La meva feina és ajudar els periodistes a fer millor la seva feina. També som conscients que una editorial en la qual el diari expressi la seva opinió pot agradar més o menys. Per exemple, hem estat molt crítics amb la situació de la carretera general i al Consell no li agrada. Ara bé, quan el periodista fa una informació no la fa marcat per la línia editorial, sinó que si realment han acabat les obres de Ciutadella a Ferreries i la carretera està millor, ho explica.

Quina és la línia editorial del diari?

Nosaltres tenim uns principis que són la defensa de Menorca, «humanisme cristià», els valors humans i els valors que coincideixen amb el cristianisme, que provenen dels orígens del diari, un cert compromís social, i després un compromís amb la cultura. Estem compromesos amb la defensa de la llengua pròpia, la defensa dels interessos dels menorquins...

Quin és el futur del diari?

El futur és complicat. No tenim un plan B, el nostre plan és fer el diari cada dia de la millor manera possible i mantenir el màxim de subscriptors. El descens és lent, i estem buscant noves fórmules d'ingressos. A part de les publicacions externes, organitzam una sèrie d'actes propis que són fòrums d'economia, de turisme, de producte local... Hi ha empreses que els donen suport a través de patrocinis, que es converteix en una nova font d'ingressos. Hi ha un fòrum d'educació que produeix La Caixa. Anem als instituts, ja des de fa deu edicions, organitzem un debat que preparen els alumnes a classe i

després s'enfronten en un acte públic. Això és una altra fórmula d'aconseguir ingressos, tot per mantenir l'activitat principal, que és l'edició d'un diari en paper. No sabem quin és el futur, però està clar que és un futur a curt termini. Molts parlen que el punt crític del diari de paper arribarà quan no puguin reduir més despeses, que sigui impossible mantenir el producte i s'hagin de prendre decisions. Això pot passar en un màxim de deu anys. Si no es prenen decisions, la durada del diari en paper podria ser de vint anys.

És possible el naixement d'un diari alternatiu a Menorca?

En l'estiu, venem una mica més de diaris però no venem el doble de diaris, ja que aquest és un mitjà enfocat a la comunitat local. Evidentment hi ha turistes catalans que compren el diari cada dia, però si la mitjana diària durant l'hivern del voltant de 4.000 diaris, durant l'hivern aquesta puja fins els 5.300-5.500. Els dies que més venem són els diumenges, i els dies que menys, els dimarts i dimecres. En una població real d'uns 70.000 habitants, tenim una difusió del voltant de 55.000 persones que llegeixen el diari cada dia. Un altre diari no tindria possibilitat, ja que no hi ha públic, no hi ha mercat per dos mitjans (com ja hi eren) i alhora és molt difícil econòmicament que pogués sortir. A nivell digital, com que els costos són més baixos, Menorcaaldia amb una estructura més petita poden anar fent coses. Ells són la nostra competència, tal com ho són les ràdios, alguns mitjans digitals i IB3. Nosaltres hem de competir amb aquests mitjans a través del paper, intentant oferir continguts que vagin més a fons. El paper del diari és no anar a la notícia pura i dura que era la dinàmica d'un diari fa quinze o vint anys, sinó que intentem fer més anàlisis dels temes, més opinions, més dades concretes, informació més desenvolupada. Publicar la notícia pura i dura no té sentit en un diari en paper. Hem de fer constar la notícia, ja que som un notari de notícies i a Menorca es publica tot.

Com es tria la importància de les notícies?

Tenim una primera reunió durant el matí en la qual veiem quins continguts podem manejar al llarg del dia. Ja decidim un poc sobre quin tema apostarem informativament. Després, a les set fem una reunió de portada, que és una decisió principalment meva com a director tot i que consulto als redactors en cap. La portada nostra sempre és un tema destacat, una fotografia que tingui impacte i contingut informatiu i una columna amb notícies destacades. Els criteris són l'actualitat, la novetat, l'impacte de

la notícia. Juguem amb la idea de fer un diari seriós pel que fa a continguts però atractiu en la presentació i els temes.

9.2 – Entrevista a Jordi Ribera (director de *Menorcaaldia*)

Quin és l'origen del mitjà?

El diari el van fundar Bartolomé Mercadal i Francesc Febrer al maig de 2013 perquè no hi havia cap diari realment independent a Menorca llavors. Només webs que pertanyien a d'altres mitjans com IB3, o el Diari Menorca. Jo, com la part més rellevant dels qui duim ara el diari vam entrar al mes de setembre de 2013.

Per què es va decidir fer *online* i no en paper?

Volia ser un mitjà de futur i no de passat. Som dels qui creiem que 'el paper' està mort o en vies de desaparició.

Per què està en castellà i no en català?

Va ser una decisió dels fundadors. De tota manera acceptem escrits d'opinió en català sense problema.

Quin és el finançament del diari?

Exclusivament publicitari

Quina és la nòmina de treballadors a dia d'avui? Hi ha col·laboradors habituals/convidats?

Som quatre redactors i un fotògraf més personal que contractem ocasionalment si ens cal. També hi ha gent que ens envia escrits d'opinió de forma voluntària.

Quina és la relació entre *Menorcaaldia.com* i el diari Menorca? Es considera que el diari Menorca és la vostra competència?

Efectivament. Som competència. Però Menorca és petita i el tracte personal entre periodistes és molt bo. Val a dir que molts som antics companys. A Menorcaaldia hi ha periodistes que van predre la seva feina quan es van ajuntar el Diari Menorca i Última Hora.

És un mitjà totalment independent o hi ha algun grup de comunicació darrere? En el cas d'haver-n'hi un, quin és i com és el tractament?

Som totalment independents, però tenim un acord amb el grup 365 COM que gestiona mitjans com Mallorcadiario.com. Això ens permet intercanviar informacions, fotografies i tenir acords publicitaris conjunts.

A quin públic va destinat el diari? Quin és el públic més majoritari?

Gent majoritàriament jove que entén que el futur són els mitjans online i persones treballadores que volen informar-se abans de marxar cap a la feina. estariem parlant bàsicament d'un forquilla entre els 30 i els 60 anys aproximadament. Però també tenim un estil que és atractiu que permet que gent de qualsevol col·lectiu pugui gaudir del diari.

Menorcaaldia.com va creixent o és difícil fer-ho a nivell insular?

Va creixent pel que fa a facturació, estructura, número de lectors, especials, xarxes socials... de forma continuada i sense pausa.

Com es va decidir l'estructura del diari pel que fa a les seccions?

Som poca gent per la qual cosa vam haver de cercar una estructura funcional i que permetés, alhora, anar posant notícies de forma continuada per renovar tota la portada en un o dos dies com a màxim. Calia un espai per a l'Actualitat, una altra per a Cultura/Societat, Esports i Opinió.

Quin és el paper de les xarxes socials?

Imprescindible per a tenir més visibilitat i que les informacions puguin viatjar i arribar a més gent. Tenim moltes entrades des de Twitter i Facebook.

Com es decideix la importància de les notícies que surten a portada?

Cada redactor té la capacitat de posar informacions a portada segons el seu criteri. La meta és que cada dia es barati dos cops, com a mínim, la notícia principal de portada i es compleix.

Es treballa a través d'agències d'informació o la font informativa és només pròpia?

Pròpia. No tenim encara contractes amb cap agència d'informació, només amb l'AMIC (Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació) de Catalunya que genera articles que podem emprar.

Hi ha cap tipus de relació amb el poder polític (des del departament de comunicació, passant per possibles subvencions, etc.)?

Informem del que fan. Els venem publicitat al mateix preu que a un particular. No rebem cap subvenció.

Quina és la intenció de futur del mitjà?

Seguir creixent com a mitjà *online*.

Quin paper tenen les notícies d'abast nacional en el mitjà?

Poc. Som un mitjà insular. Les notícies nacionals i internacionals ens importen en la mesura que afecten a Menorca. Sempre hi ha excepcions com notícies de gran abast (atemptats o grans esdeveniments).

Com definiria la línia editorial del diari?

Tenim clar que hem de fer una cosa diferent a la nostra competència. No podem lluitar en igualtat de condicions ja que són més gent i tenen més mitjans. Per aquest motiu utilitzem les nostres 'armes'. Tenim especial cura amb fer més reportatges fotogràfics, notícies més de magazin, esports, succeïts i fugir de tems més polítics que són feixucs i que no agraden als nostres lectors. A nivell polític sempre s'ha respectat al màxim la ideologia de cada redactor i l'enfocament que fa de les notícies.

Seria possible, actualment, el naixement d'un altre diari en paper a Menorca que fes la competència al diari Menorca? Per què/per què no? I el naixement de més diaris *online*?

Un altre diari en paper seria molt complicat. L'experiència de la unió Menorca-Última Hora al 2013 ja va demostrar la dificultat existent. Per altra banda hi ha el fet de la 'mort del paper' que creiem que es

produirà. La única via possible seria fer un mitjà en paper que es 'mengés' al Menorca, però la inversió que caldria seria enorme i molt difícilment recuperable a més de ser un projecte a anys vista.

Pel que fa a més mitjans online hi ha un problema que també afecta al paper. El 'pastís publicitari' és el que és a una illa petita com Menorca. A més mitjans, més gent per a repartir-se'l. No dóna per a massa. A més, guanyar lectors és una tasca molt complicada i qui no estigui ja situat al panorama illenc ho tindrà molt difícil per a tenir aquest seguidors que són els qui marquen la importància del mitjà i la quantitat que es pot demanar a nivell publicitari. Un cop més, si un mitjà online vol entrar de nou i assentar-se hauria de fer una inversió en diners i hores a llarg termini que difícilment seria rendible.

9.3 – Entrevista a Josep Ritort (secretari general AMIC)

Quina és la funció de l'associació en un mitjà de comunicació nou i quin paper té aquesta en els mitjans menorquins?

L'associació ha anat creixent durant els anys amb les utilitats pels associats. Porta 23 anys, no té res a veure ara que fa vint anys. Una que fem pels mitjans és la representativitat de cara a les administracions sobretot, i defensar els mitjans davant aquestes. També entra donar serveis i utilitats útils pels mitjans. També hi ha assessorament però sobretot serveis. Per exemple, si un vol fer una web nova, quin proveïdor pot trobar que se li adequi, disposar un banc d'imatges, accedir a una agència d'informació... Per fer això hem negociat un preu molt bo sobretot pels mitjans petits. També tenim una eina que es diu banc de continguts, que genera informació complementària que els mitjans es poden descarregar per publicar. Hi ha gent que no ho fa servir, però hi ha gent que sí. Una altra pota que hem obert és la captació de publicitat, sobretot a Catalunya però també a Balears. Als mitjans petits interessa que Movistar o La Caixa puguin posar publicitat a mitjans que per ells sols no podrien aconseguir. També fem formació, ajudem als mitjans a innovar, a reinventar-se, com fer el salt digital, com millorar en aquest món digital... L'aula d'innovació és posar-los un expert per millorar el seu producte, sobretot enfocat a temes digitals, xarxes socials, com em presento als clients...

Com es gestionen els naixements de mitjans?

Nosaltres com a associació no parem de créixer. A les Balears no hi ha tants mitjans nous com a Catalunya o el País Valencià, en total a les tres illes hi ha uns 40 associats, però està més parat

proporcionalment al que pot ser el conjunt de Catalunya (comparant població). També hi ha alguns que comencen digital que es passen al paper, que potser no són setmanals però es pot fer algun número trimestral. Alguns mitjans setmanals tanquen perquè, apart de la crisi, no hi ha relleu generacional, i aquests a vegades passen a ser publicacions mensuals, o que surten sis o vuit cops l'any i es transformen en més qualitatiu. El paper torna a créixer.

Com és el pas de digital a paper?

Abans naixien en paper i, quan va aparèixer el món digital, es passaven a aquest món. Ara, el 80/90% neixen en format digital i, si dins aquest format tenen èxit, poden intentar passar al paper. A Mollerussa i Tàrrrega han vist que la marca ha anat funcionant i, com que el paper té més capacitat proporcionalment de generar més ingressos (també més costos), intenten fer un, dos, cinc cops l'any una edició en paper. La majoria neixen pel digital, però no és únic. Depèn de la persona, a Torredembarra ha nascut un mitjà en paper, sobretot a pobles petits perquè la difusió és més fàcil.

Hi ha un estancament de naixement de diaris a les Balears?

Estic fent unes activitats a Mallorca, ja que des de fa un any existeix l'AMIC Illes Balears, i estem treballant el tema comercial a Mallorca, i no ens estan anant malament. A Mallorca hi ha la Premsa Forana, igual que a Menorca hi ha l'Associació de Premsa Local, i a Catalunya la Premsa Comarcal. La premsa de pagament local no té relleu. Va néixer als anys 70, i actualment només un de cada quatre casos té un relleu clar. Aquella vocació que abans hi havia ja no existeix, també influeix que molts cops són d'entitats, s'ha de fer voluntàriament, els continguts també han quedat envellits i allunyats de les noves generacions que creixen... Cal un relleu, i en paper no existeix. Potser els recursos econòmics depenen del turisme a Menorca. Hi ha hagut iniciatives, i l'hivern es fa llarg per captar publicitat. Un mitjà de comunicació que permeti guanyar-te la vida tot l'any és complicat en llocs turístics i es concentra massa el negoci en el turisme. A Catalunya hi ha un dinamisme de mitjans locals diferencial, a València està naixent però a Menorca falten mitjans de proximitat. A Menorca, apart del diari Menorca, si treus l'Iris, revistes que surten un cop cada dos o tres mesos, S'Auba i Xerra i xala... És poc per la població que hi ha. Depèn d'un cert dinamisme, a Catalunya el comerç de les administracions juntament amb el de proximitat s'implica més que a Menorca o a Mallorca. Si ningú t'ajuda massa, tot és més insostenible. Començar de zero és molt més dur. A Menorca, les ajudes als mitjans locals per part de les administracions públiques són molt pobres. I, així i tot, l'alcaldeessa era

d'un partit favorable al mitjà. Per això també és important que hi hagin associacions que pressionin, ja que un mitjà sol no ho pot aconseguir. L'Iris va fer els 100 anys, i hi vam anar a fer una junta amb l'alcalde, la presidenta del Consell... Hi ha uns ajuts als mitjans de proximitat a la llengua basca, ajuts que els serveixen molt per sobreviure i créixer. L'administració veu que això s'està empentint i s'adona que, si no ajuden als mitjans a començar i continuar, això serà un desert. El xip està canviant, i és la feina que es fa com a associació.

La pluralitat de mitjans és necessària a Menorca? Quina diferència hi ha amb Catalunya?

És normal que el diari Menorca digui que no cal ningú més, perquè si tu tens el monopoli no en vols més. A Lleida, el Segre tampoc interessa que hi hagi competència. Hi ha una certa comoditat. La meua teoria és que a Menorca, un diari ja no dona perquè és un producte antic que compra la gent gran, i si n'hi ha un ja no hi ha lloc per dos. Ara bé, un mitjà digital, una revista o informació mensual en paper, segurament gratuïta. Quan mor un mitjà en pagament i es reprèn al cap de dos anys, els subscriptors no tornen. Per mi el futur està en jugar amb el digital i algun mitjà de paper que sigui més format revista, que s'integri en diferents pobles, més local, que s'adapti a la temporada econòmica... El futur està en jugar en el món digital.

Seria viable començar un nou mitjà en paper?

Jo us ajudaré a començar un nou mitjà a Menorca, fins i tot econòmicament. Els de Menorcaaldia.com no és el perfil que necessita, els que ho porten superen la cinquantena d'anys i ho fan en castellà. A Mallorca hi ha una generació jove amb un nivell d'estudis alt dels pares, i la generació dels pares parlen en català però escriuen en català. A Catalunya, la comunitat de lectors del Vilaweb o el Naciódigital és una generació que abans no existia, una generació que ha sortit i no llegeix La Vanguardia o El Periódico. A Manresa hi ha un exemple que podria ser la situació de Menorca, on els joves (menys de 40 anys) llegeixen el Regió 7 que és un mitjà online, enlloc de llegir el diari convencional (diari Menorca). La població dels diaris en paper envelleix i els mitjans més joves i alhora més petits són rendibles. I en digital, amb un parell de persones i una xarxa de col·laboradors, alguns voluntaris especialitzats en diferents temes, ja tires. Cada vegada hi ha més suport institucional als mitjans en llengua catalana. A Catalunya hi ha més ajudes per projectes que neixen. Un mitjà nou pot rebre ajuts del Consell Insular, del Govern de les Balears però també del Govern català. Per tant,

ajuts a un any vista, però ajuts. No és tan difícil poder impulsar un mitjà en digital. Després, pots fer una revista aprofitant dates especials perquè la gent es conegui, o una edició de cultura, de turisme... Més tematitzada. Jo em mouria per aquestes idees. Fer un diari en paper és pràcticament impossible. Hi ha una possibilitat de futur que és el que està fent l'Ara Balears a Mallorca, que és un setmanari. Els diaris diuen que a la llarga sortiran dos cops per setmana, en algunes zones, ja que no dona per cada dia. Si va bé, podria sortir un setmanal més qualitatiu o més de reflexió i tenir el digital pel dia a dia, ja que començar ara a fer un diari en paper significaria arruïnar-se. A Menorca hi hauria d'haver una combinació d'un mitjà d'informació digital de tota l'illa amb col·laboracions de gent de tota l'illa. Tens la localitat i alhora la globalitat, buscant un tarannà que generi l'audiència. Fer un mitjà amb seccions prou definides com perquè tots es pobles es sentin identificats.

9.4 – Entrevista a exdirectora insular de Comunicació del CIME

Què fa necessària l'existència d'un/a responsable de comunicació en un equip de govern?

El cap de comunicació d'un equip de govern és la peça clau per fer de pont entre els mitjans de comunicació i els responsables polítics. La gestió política sense difusió no arriba a la ciutadania, per la qual cosa és necessari el treball d'un periodista que s'encarregui de marcar una estratègia de comunicació institucional.

Si bé pot semblar diferent, des del meu parer, la línia d'aquesta estratègia de comunicació se sembla cada vegada més a la línia d'actuació d'una empresa privada. La imatge ho és tot. El fet de com i quan llençar el missatge no entén de decisions a l'atzar. Tot s'ha d'estudiar i analitzar prèviament. El responsable de comunicació d'un equip de govern no pot acabar el dia sense tenir pensada la resposta/acció a les possibles conseqüències (positives o negatives) del ressò d'una comunicació institucional que es facin els mitjans ensoldemà (per exemple, una demolidora portada de diari que pot tirar per terra mesos de feina política).

D'altra banda, la immediatesa dels mitjans fan que aquest responsable de comunicació hagi d'estar atent i en contacte continu amb el representant polític.

Quina és la relació entre el Consell Insular i els diversos mitjans de comunicació?

La relació en general és bona. A Menorca es fa un tipus de periodisme massa servil, i no només en el que a l'àmbit polític respecte, segurament per la familiaritat d'una illa petita on tothom es coneix. Açò fa que la relació entre el periodista i el polític sigui propera, moltes vegades de confiança. I dic, malauradament, perquè des del meu punt de vista el periodista hauria d'informar dels temes polítics des d'una certa llunyania.

La relació és tan bona que és molt difícil assistir a una roda de premsa institucional on es facin preguntes compromeses als representants polítics. Segurament, només un 10 % dels periodistes que cobreixen els actes institucionals demanen sense cap mena de condicionants tot allò que voldria saber la ciutadania.

Hi ha/hi ha hagut subvencions d'algun tipus per algun mitjà?

La subvenció directa als mitjans de comunicació no existeix com a tal, o com a mínim no hauria d'existir.

El que sí que es fa és contractar subscripcions en el cas de la premsa escrita.

Pel que fa a les ràdios, es solen fer contractes d'un any de durada a canvi d'un pack de falques i espais de divulgació mensuals.

Amb la resta de mitjans (diaris digitals) es sol contractar un bàner fixe per any.

Des del Departament de Cultura es dona suport a la premsa local a través d'un conveni anual. A Menorca actualment hi ha quatre revistes.

Els mitjans són necessaris per la comunicació institucional o són un problema?

Són molt necessaris, com he dit abans són el transmissor entre la gestió política i la societat. Sense els mitjans no hi ha democràcia.

Sou conscient de l'existència de filtracions per part de membres del Consell als mitjans?

En un temps en què els governs són fruit del pacte entre diferents partits, un només pot saber les filtracions que sorgeixen del seu propi partit, i de vegades ni açò. La persona que sol fer filtracions als mitjans ha de ser cautelosa i des del meu punt de vista compartir-ho màxim amb un sol responsable del partit.

Com deia, el perill de Menorca és que és una illa petita i d'aquí la facilitat que tot s'acabi sabent.

Una altra opció són les possibles filtracions als mitjans per part de treballadors del Consell. En aquests casos és molt difícil saber-ho, però sospites sempre n'hi ha, sobretot quan es tracta de temes polèmics i delicats.

Vull pensar que si s'ha fet, ha estat una petitíssima minoria.

Imagin que en el cas de grans governs estatals, aquest fet deu ser molt més recurrent.

Quina és la importància del diari 'Menorca' com a element polític dins l'illa?

Avui en dia, des del meu punt de vista, l'únic mitjà que pot tenir importància/influència com a element polític és el diari 'Menorca'. Després de molts anys no ha nascut a l'illa una alternativa informativa que hagi estat capaç de fer ombra o competir amb 'Es Diari'. Aquest rotatiu, i malgrat la crisi que pateix la premsa escrita o les xarxes socials, segueix sent la principal font d'informació per a la societat de l'illa. Tots els projectes alternatius que s'han posat en marxa no han acabat funcionant.

El diari 'Menorca' controla el monopoli informatiu de l'illa, sobretot des que el Grup Serra va comprar la capçalera i es van fer de l'altra alternativa que hi havia ('Última Hora Menorca') un sol rotatiu.

Lectors i polítics llegeixen en el diari tot el que diuen d'ells, des del meu punt de vista, pel que fa als representants polítics es deixen influenciar massa per aquest fet.

Per intentar contrarestar, la meua aposta personal en els últims anys a l'hora de difondre informació política ha estat la ràdio, per la immediatesa i com a únic mitjà que va sobreviure amb dignitat a la crisi de la premsa, i la televisió pública IB3 que, actualment, compta amb una bona plantilla de professionals.

Com ha canviat el tipus de comunicació institucional l'auge de les xarxes socials? I com ha canviat la relació amb els mitjans?

L'auge de les xarxes socials implica un canvi absolut pel que fa a la comunicació institucional. El Consell Insular de Menorca, com altres institucions, es serveix d'aquests canals gratuïts per difondre la gestió, els anuncis públics, comunicacions directes amb la ciutadania, etc.

La institució compta amb canals de Youtube, Facebook, Instagram i Twitter. Després gairebé cada departament empra altres xarxes socials diferenciades d'aquestes primeres, que són gestionades per Presidència. Fins i tot hi ha xarxes socials en marxa per a l'impuls de programes o projectes concrets.

El meu parer és que hi hauria d'haver un control, ja que malauradament hi ha moltes xarxes mal gestionades i algunes 'mortes', la qual cosa dona molt mala imatge a la institució.

El fet que una institució tingui fil directe amb el ciutadà a través de les xarxes socials és molt positiu, però per contra açò ha fet que caigui la inversió publicitària en els mitjans de comunicació. La queixa dels mitjans és la mateixa a la qual hi han de fer front com a empresa privada. Si el ciutadà o institució té un canal gratuït per difondre i comunicar, per què hauria de pagar? El debat en aquest sentit és llarg i complicat en l'àmbit global del sector periodístic.

Quina seria la resposta del Consell davant la creació d'un hipotètic nou mitjà informatiu?

La resposta hauria de ser que rebés el mateix tracte que reben la resta de mitjans de comunicació de l'illa.

Una institució mai pot fer diferències entre mitjans, la teoria és aquesta i així també hauria de ser a la pràctica.

És viable un mitjà de comunicació públic? Per què/per què no?

Personalment crec en els mitjans públics de comunicació, sempre que es dugui a terme un control de la seva qualitat i pluralitat a través d'una comissió de seguiment formada per experts del sector i no per polítics. Però viable econòmicament no crec que ho sigui. És molt difícil fer una bona feina periodística, per exemple, a la ràdio i televisió pública de les Illes Balears (IB3) sense un pressupost que en primer lloc dignifiqui les condicions laborals dels professionals que hi treballen.

L'externalització de llocs de feina a l'ens públic balear és coneguda per tothom. Reconec que s'ha fet un salt qualitatiu pel que fa a la producció pròpia (programes, documentals, etc), però des del meu parer a costa de la subcontracta de productores que no paguen bé als seus treballadors.

Imagin que és més fàcil tirar endavant una televisió privada, amb els mateixos interessos, però dirigit a públics totalment diferents, com Atresmedia (Antena 3 vs. La Sexta).

Com és vist des de l'Administració pública el monopoli informatiu en paper existent a Menorca (amb el diari Menorca com a únic exemplar)?

El monopoli informatiu no pot ser ben vist ni per l'Administració pública, ni per la ciutadania en general. La democràcia implica tenir un ampli ventall de mitjans de comunicació que convidin al receptor a informar-se per diferents canals.

En el cas del diari 'Menorca', quan hi va haver la famosa crisi de mitjans i finalment va comprar la capçalera el Grup Serra (Mallorca), hi vaig trobar a faltar més implicació política. Els periodistes així ho demanaren, però no van ser escoltats. Açò va dur al fet que Menorca es quedés amb un sol mitjà en paper, quan abans hi havia el 'Es Diari' i 'Última Hora Mallorca'. Està clar que amb la crisi, el pastís publicitari a repartir, es va quedar petit per donar de menjar a dos rotatius impresos a una illa de 90.000 habitants.

Com es valora que el català sigui la primera llengua en les institucions a Menorca però sigui la segona en els mitjans?

Afortunadament, en el cas de la ràdio i la televisió pública no és així. La cura per la llengua pròpia forma part de la raó de ser de l'ens públic.

Pel que fa a mitjans de paper, com el diari 'Menorca', el rotatiu sempre ha defensat el bilingüisme (tant en l'apartat d'opinió, com a les notícies). Sí que és veritat que a la secció de Cultura es prioritza el català, però quan el redactor és de fora, poca cosa hi ha a fer i s'escriu en castellà. La seva pauta per a les notícies generals d'actualitat, política, esports, sucesos, etc. és el castellà. És un mitjà privat i per la qual cosa una administració pública no li pot exigir de la mateixa manera que a un mitjà públic.

El diari Menorca recull bé l'opinió pública menorquina envers el Consell Insular?

Crec que el diari Menorca és un mitjà obert a tothom, una cosa ben diferent és que una part de la societat no s'hi senti identificada pel que fa a la seva línia editorial. Per a mi el paper que fa el diari quant a la informació envers el Consell és correcte en un 80% dels casos. En altres aspectes, i malauradament cada cop succeeix més en el món periodístic, s'obliden de contrastar la notícia.

Després hi ha la part d'opinió, tribuna, o l'editorial del mitjà, que pot o no agradar als polítics, però que haurien d'aprendre d'una vegada (els polítics) a diferenciar entre el que és informació d'opinió. I la línia editorial d'un mitjà privat, per exemple, no pot ser motiu de discussió entre el seu director/editor i un equip de govern o partit polític.

És necessària una competència seriosa al diari Menorca des del punt de vista de la comunicació política/institucional?

Com he dit abans, per a mi el més idoni seria que Menorca compti amb altres alternatives en mitjans de paper, no des del punt de vista de la comunicació política/institucional, sinó perquè la societat en general es mereix poder consultar diferents fonts a l'hora d'informar-se.

Si bé fa uns anys es deia que el futur de la premsa passava per la creació d'un periodisme local i de proximitat, per a mi aquest no té sentit davant el monopoli informatiu que es viu a l'illa.

Quin és el motiu pel qual no ha sorgit cap projecte exitós de competència informativa a Menorca?

Crec que pels pocs habitants que té l'illa, no hi ha espai per a dues capçaleres. El diari 'Menorca' està molt arrelat a l'illa. La seva principal font d'ingressos són la publicitat i les subscripcions.

No hi ha prou pastís publicitari per a dos rotatius, i més després de la crisi.

Val a dir que el diari no passa pel seu millor moment, ha baixat molt la seva tirada i es mou en una paginació d'entre 40-44-46 pàgines. Anys enrere, superava les 70 pàgines de contingut.

Les subscripcions ja no s'hereten a les famílies, i les noves generacions opten per no mantenir-les s'informen per altres canals, no són una generació de 'paper', açò també els ha fet mal.

Avui la majoria de mitjans de comunicació impresos privats són deficitaris.

És possible la independència total dels mitjans de comunicació o sempre estan lligats a alguna administració (ja sigui pública o privada)?

Malgrat tot el que s'explica a les facultats de Periodisme, la meva opinió és que no.

Els mitjans sempre han estat i sempre estaran lligats a una font d'ingressos, però sobretot als bancs. Els bancs són presents a Mediaset, Atresmedia, PRISA, etc. I fins i tot a diaris tan petits com el 'Menorca'.

Actualment és molt difícil fer un periodisme independent. M'agrada l'aposta d'intentar que el lector pagui a les plataformes digitals dels mitjans a canvi d'una bona informació, però no podem esperar cobrar al receptor per notícies de 'pega i enganxa' que vénen de les principals agències de notícies.

El lector vol i es mereix un periodisme de qualitat, exclusiu i amb reportatges i entrevistes en profunditat.

Per a mi la clau és tornar als orígens del periodisme, però en aquest sentit no puc ser optimista davant la situació econòmica que viuen tots els mitjans.

L'exemple d'èxit de la plataforma de pagament del 'New York Times' per a mi no és extrapolable al nostre país, simplement per la diferència en els hàbits de consum d'informació. A més s'ha d'afegir que la venda de bàners als digitals va durar només un temps, avui no són ni de lluny la seva font d'ingressos.

En l'àmbit d'oci audiovisual, la gent està enganxada a 'Netflix', demanem-nos perquè i investiguem si un tipus de model així seria extrapolable a un mitjà digital de notícies.

9.5 – Entrevista a Magdalena Arnau (directora insular de Comunicació del CIME)

Què fa necessària l'existència d'un/a responsable de comunicació en un equip de govern?

La coordinació de tota la informació que genera la institució insular.

Quina és la relació entre el Consell Insular i els diversos mitjans de comunicació?

La relació entre el Consell Insular i els diversos mitjans de comunicació és recíproca: el Consell Insular necessita els mitjans per tal de poder difondre la seva activitat, i els mitjans de comunicació necessiten notícies per omplir els seus espais.

Hi ha/hi ha hagut subvencions d'algun tipus per algun mitjà?

D'ençà que joestic al càrrec, i tenguim constància, no hi hagut cap subvenció a cap mitjà de comunicació. No obstant, sí que existeix un conveni per donar suport a les revistes locals a través de l'Associació de Premsa Local de Menorca (Iris, s'Ull de Sol, Xerra i Xala, i s'Auba). Aquest conveni està signat pel departament de Cultura.

Els mitjans són necessaris per la comunicació institucional o són un problema?

Tornant a la pregunta 2, sí, els mitjans de comunicació són necessaris per tal de poder difondre l'activitat que es fa des de la institució insular.

Sou conscient de l'existència de filtracions per part de membres del Consell als mitjans?

Sí. No obstant, segons el meu criteri, consider que no ajuda a la democratització informativa. No és el model que seguim des del departament de Comunicació.

Quina és la importància del diari 'Menorca' com a element polític dins l'illa?

Bàsicament el Diari Menorca, com la resta de mitjans, recullen les informacions institucionals i polítiques que es generen a l'illa i que ells consideren que han d'omplir els seus espais. Per tant, té un paper informador, el que conseqüentment també genera un espai de debat. És important, en aquest sentit, que les informacions que es publiquin s'ajustin el més possible a la realitat.

Com ha canviat el tipus de comunicació institucional l'auge de les xarxes socials? I com ha canviat la relació amb els mitjans?

Jo d'ençà que vaig començar a treballar anys enrere, i també durant els meus estudis, ja existien les xarxes socials, per tant, només puc respondre a la primera pregunta. La manera en què ha canviat és que actualment les institucions tenen un canal més directe i ràpid per arribar a la ciutadania. No obstant, no podem comparar l'abast que té un mitjà de comunicació amb el que tenen els perfils institucionals en xarxes socials, ja que el dels mitjans de comunicació és molt més ampli.

Quina seria la resposta del Consell davant la creació d'un hipotètic nou mitjà informatiu?

Sempre és positiu que hi hagi varietat en els mitjans informatius.

És viable un mitjà de comunicació públic? Per què/per què no?

Actualment ja existeix un mitjà de comunicació públic, IB3. Si és viable o no, crec que no em correspon a mi fer la valoració.

Com és vist des de l'Administració pública el monopoli informatiu en paper existent a Menorca (amb el diari Menorca com a únic exemplar)?

Les revistes locals també complementen la informació per escrit del Diari Menorca. Sempre és positiu, com he dit abans, que existeixi pluralitat informativa, però també s'ha de ser conscient de la

problemàtica actual que es troben molt mitjans de premsa escrita en paper. Segurament esteim en un moment de reformulació informativa encara no resolt.

Com es valora que el català sigui la primera llengua en les institucions a Menorca però sigui la segona en els mitjans?

Cada mitjà de comunicació privat, té la seva llibertat en decidir en quina llengua vol que aparegui al seu mitjà. Ens trobam que amb les revistes locals l'idioma és en català, IB3 també ho fa en català, a la COPE la programació local també és en català, la SER la programació local és en català... Crec que la majoria dels mitjans opten pel català.

El diari Menorca recull bé l'opinió pública menorquina envers el Consell Insular?

Crec que el diari Menorca sí que fa un seguiment de gairebé totes les informacions que es van treient des del Consell Insular. En general, el contingut de les notícies reflecteixen bé la informació aportada, no obstant, algunes vegades els titulars, segons la meua opinió, no són els més encertats.

És necessària una competència seriosa al diari Menorca des del punt de vista de la comunicació política/institucional?

No sé si necessari o no, si més no enriquidor.

Quin és el motiu pel qual no ha sorgit cap projecte exitós de competència informativa a Menorca?

Si et refereixes al Diari Menorca, entenc que el principal problema són els elevats costos i la necessitat de tenir un bon equip humà. Com he dit abans, crec que la premsa escrita està en un moment de reformulació, no només a Menorca sinó a nivell estatal.

És possible la independència total dels mitjans de comunicació o sempre estan lligats a alguna administració (ja sigui pública o privada)?

Els mitjans de comunicació privats depenen majoritàriament de les insercions publicitàries. En aquest sentit, des del punt de vista econòmic, no poden ser independents. Des del punt de vista informatiu, ja depèn de la forma de ser de cada persona. Si la persona que contracta un espai, requereix o imposa que surtin unes informacions concretes, i el mitjà de comunicació també accepta per poder generar més

beneficis... Des del departament de Comunicació del Consell Insular, s'intenta donar tota la llibertat possible als mitjans de comunicació. Desconec el que fan els altres departaments.