



De l'alçat, al paper: la fàbrica per dins

El setmanari *Capgròs* surt al carrer puntualment cada divendres de matinada. Quan un número es comença a distribuir, el següent ja s'està enllestit. La roda no para mai.



Alumnes de l'institut Pla d'en Boet durant una visita a Capgròs.

Sovint les instal·lacions de Capgròs reben la visita d'un grup d'estudiants que volen conèixer com es fa una revista. Als alumnes se'ls explica que una publicació, igual que un jersei, és el resultat d'una cadena de producció en la qual, en comptes de llana, es treballa amb paraules i fotografies. Passejant pel departament comercial i per la secció de disseny, traient el nas als despatxos de l'àrea d'administració, molts d'aquests joves mataronins se sorprenen que darrere d'una revista hi hagi tanta gent implicada. El seu guia, que normalment és un periodista, els fa veure –una mica a contracor– que les notícies i els reportatges no podrien veure la llum si no hi hagués publicitat, perquè el *Capgròs* és gratuït, igual que ho són la majoria de cadenes de televisió o d'emissores de ràdio. I a continuació els explica fil per randa com va tot plegat.

DIVENDRES MATÍ



El cap de vendes de Capgròs, Francesc Salazar, es reuneix diàriament amb el seu equip. En la trobada, que puntualment compta també amb l'editor, Mateu Ros, els comercials comenten les visites que han planificat pel dia. El divendres, confeccionen una llista de la publicitat prevista per a la revista que sortirà publicada en el termini d'una setmana.



DIVENDRES TARDA



El departament de maquetació i disseny es posa a treballar. Jordi Muñoz i Marta Ramis comencen a dissenyar els nous anuncis. Ferran Pous col·loca la publicitat a l'alçat o pauta de les pàgines. Ell és l'encarregat de fer les maquetes de les pàgines d'informació, un cop els periodistes decideixin la importància que la revista donarà a cada tema.





El novembre de l'any 2000 arriba el segon canvi de capçalera, que reforça el caràcter informatiu de la publicació.

DILLUNS MATÍ



Ja amb el llançat a la mà, els periodistes saben de quin espai disposen per als continguts informatius de la revista. En el consell de redacció es decideixen els temes que sortiran per demanar després les maquetes al dissenyador. Aquesta reunió té lloc, de fet, cada dia, ja que també cal comentar els temes a tractar al portal capgròs.com.



DILLUNS TARDA



Una comercial visita avui una perruqueria de la ronda Alfons XII, que s'anuncia a la secció «Perruqueria». Les altres seccions comercials són «Salut i bellesa», «Motor», «Capgròs Júnior», «Nuvís Llar» i «Món digital». Entre aquests apartats, que inclouen informació relativa a cadascun dels sectors, n'hi de periodicitat setmanal, quinzenal o mensual.



DILLUNS TARDA



Un dels redactors col·laboradors de *Capgròs* va a una roda de premsa que té lloc al Foment Mataroní. És un dels actes que es cobreixen aquesta setmana per a la secció informativa cultural «5 Cèntims». Les altres són «Ciutat» i «Esports». Després, tornarà a la redacció per escriure la notícia que sortirà publicada al setmanari i també a la pàgina web.



DIMARTS MATÍ



A la recepció, Judit Nogueras atén una persona que vol posar un anunci a la revista. Ella s'encarrega, entre altres moltes tasques, d'explicar què cal fer per anunciar-se als classificats de les darreres pàgines de *Capgròs*. Els clients tenen temps com a màxim fins dimarts al migdia perquè l'anunci pugui sortir el divendres de la mateixa setmana.





DIMARTS MATÍ



El fotògraf surt al carrer per fer una de les fotografies que sortiran publicades. Els redactors li encarreguen les imatges que han de complementar les seves informacions. En aquest cas, en cal una general de la plaça de les Tereses. La seva feina l'obliga a entrar i sortir sovint de la redacció, on també porta l'arxiu digital de les fotografies.



DIMARTS MATÍ



A la redacció, tothom treballa perquè el setmanari estigui a punt. El dimarts és el dia de tancament. Només la secció «D'entrada» i la portada, a més de pàgines de publicitat, queden per dimecres al migdia. En aquest espai es treballa també en el mensual *Mataró Report*. Els periodistes entren i surten en funció del volum de l'activitat diària.



DIMARTS VESPRE



És l'hora de repassar les pàgines. Un cop el corrector s'ha mirat totes les seccions, Judith Vives revisa els continguts i corregeix el que calgui. Moltes de les informacions que apareixeran publicades divendres es fan en base a les de capgròs.com, si bé cal adaptar-les tenint en compte que la periodicitat de *Capgròs* és setmanal i no diària.



DIJOUS VESPRE



La revista acaba de sortir d'impremta. *Capgròs* agafa forma a IMGESA, a Sant Adrià de Besòs. En total, es repartiran 32.000 exemplars, dels quals 27.000 arriben a tots els barris de la ciutat. La resta se'n va a nou punts més del Maresme: Argentona, Cabrera, Òrrius, Dosrius, Canyamars, Vilassar, Llavaneres, Caldes d'Estrac i Arenys.





En el darrer any, l'equip de redacció, disseny i fotografia ha fet un gran esforç en millorar l'impacte de les portades.

DIJOUS VESPRE



El Capgròs es trasllada de la nau de manipulació fins a Mataró dijous al vespre. Un equip de persones començarà a distribuir els exemplars a les cinc de la matinada de divendres. La seva tasca acabarà a migdia. Les revistes arriben bàsicament a forns i farmàcies i també a establiments diversos, locals d'entitats i equipaments o institucions públiques.



DIVENDRES MATÍ



Els mataronins poden ja trobar gratuïtament el setmanari a la fleca a primera hora del matí de divendres i fer així un repàs a l'actualitat informativa i a l'oferta comercial local i comarcal. Mentrestant, els equips comercial, de disseny i de redacció de Capgròs continuen treballant per fer possible que una setmana més es repeteixi el cicle.

