



**La premsa i les eleccions del
27-S de 2015 al Parlament de Catalunya**



**Centre
d'Estudis
d'Opinió**



**Generalitat
de Catalunya**

© Centre d'Estudis d'Opinió (CEO)

No es permet la reproducció total o parcial d'aquest document, ni el seu tractament informàtic, ni la seva transmissió en qualsevol forma o per qualsevol mitjà, ja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, per registre o altres mètodes, sense permís del titular del Copyright.

Autors: Martí Casas i Payàs
Meritxell Fontanals

Primera edició: juny 2017

Continguts

1. Introducció i objectius	6
2. Marc teòric.....	9
3. Contextualització i cronologia.....	11
4. Metodologia	14
4.1. La portada com a resum de la publicació	14
4.2. Les publicacions que s'han inclòs a l'estudi.....	16
4.3. El període analitzat.....	16
5. Anàlisi	17
5.1. Àmbits territorials a les portades	17
5.2. Els temes que han sortit a les portades dels diaris.....	19
5.3. Evolució temàtica de les portades per impactes	23
5.4. Evolució temàtica per superfície	28
5.5. Ponderació temàtica per impactes	35
6. Anàlisi comparada: agenda mediàtica i agenda pública.....	41
6.1. Anàlisi de l' <i>agenda setting</i> en funció del perfil dels lectors de cada diari	44
6.2. Comparativa en el tractament del procés sobiranista	51
7. Les enquestes publicades durant la precampanya i la campanya	54
8. Conclusions	62
9. Bibliografia consultada	65

Resum

Les eleccions al Parlament de Catalunya del 27 de setembre de 2015 van tenir un fort impacte sobre la societat catalana i això queda reflectit en les portades que la premsa escrita va dedicar a aquest tema en les quatre setmanes anteriors als comicis. Analitzant els percentatges que cada diari va dedicar a aquest i a altres temes informatius sorgits durant aquest període podem veure les prioritats informatives de cada mitjà. Comparant els temes destacats per la premsa – l'agenda mediàtica- i pels enquestats en el Baròmetre d'Opinió Política del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) –l'agenda pública- podem veure que els mitjans donen protagonisme a alguns dels assumptes que preocupen els ciutadans mentre que d'altres, també importants per als enquestats, no obtenen el mateix ressò. Els efectes d'*agenda setting*, per tant, tenen un impacte relatiu.

Paraules clau

Eleccions, procés sobiranista, mitjans de comunicació, *agenda setting*, política catalana, enquestes

1. Introducció i objectius

Les circumstàncies que van envoltar la convocatòria i la celebració de les eleccions al Parlament de Catalunya del 27 de setembre de 2015 van fer que aquests comicis fossin excepcionals i únics en molts sentits, tant per la seva participació, la més alta de la història en unes eleccions al Parlament de Catalunya des de 1978¹, com pel sentit, l'orientació i la interpretació que es va fer dels seus resultats, que van molt més enllà de la simple correlació de forces habitual en unes eleccions parlamentàries.

L'excepcionalitat de les eleccions catalanes de 2015 és anterior al seu mateix decret de convocatòria i neix tant de la forma com són anunciades, el 15 de gener de 2015, com de l'objectiu instrumental que se'ls atorga per part del Govern de la Generalitat, encapçalat per Artur Mas, i de la majoria parlamentària que li dona suport, formada pels partits Convergència i Unió (CiU) i Esquerra Republicana de Catalunya (ERC).

L'origen d'aquesta convocatòria electoral es remunta als resultats i a les valoracions que els partits polítics catalans van fer del procés participatiu sobre la independència de Catalunya que es va celebrar, no sense dificultats, el 9 de novembre de 2014². Malgrat que la consulta va aconseguir mobilitzar quasi dos milions i mig de persones, aquesta participació no va ser prou majoritària perquè els seus resultats es consideressin suficientment representatius i homologables a un referèndum oficial i vinculant. Al 9-N hi van participar sobretot els partidaris de la independència i, en menor grau, els defensors d'un estat federal: dels 2.344.828 vots emesos, el 80% van votar a favor d'un Estat independent (1.897.274 vots) i un 10,02% a favor d'un Estat per a Catalunya però dins de l'Estat espanyol (234.848 vots). Van votar No, per contra, només el 4,49% dels participants (105.245 sufragis). Malgrat que l'univers de població cridada a les urnes al 9-N era diferent de la que s'inclou en el cens d'unes eleccions al Parlament de Catalunya (incloïa la població major de 16 anys i població estrangera amb residència legal) s'ha calculat que va votar en el procés participatiu entre un 36 i un 41% de la població que podria fer-ho en un referèndum oficial segons el cens electoral³.

Tots els partits catalans van considerar que la participació en la jornada del 9 de novembre havia estat insuficient perquè aquesta consulta pogués ser considerada decisòria en relació a la pregunta que es plantejava. D'altra banda, la rebaixa de consulta a procés participatiu forçada per la suspensió del Tribunal Constitucional suposava l'acceptació del seu caràcter merament consultiu, en cap cas

¹ La participació en les eleccions al Parlament és de 77,45% al final de la jornada, 28.09.2015, <http://www.gencat.cat/governacio/parlament2015/ca/detalls/noticia/29-09-2015.html>

² Els resultats del 9-N 2014, <http://www.participa2014.cat/>

³ *El sucedani de consulta va mobilitzar el 36% del 'cens'*, El Periódico, 10.11.2014, <http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/politica/sucedani-consulta-mobilitzar-del-cens-3675419>

vinculant. Per aquest motiu, un cop passat el 9 de novembre, entre els partits sobiranistes va anar quallant la idea de celebrar unes “eleccions plebiscitàries” en la forma d’uns comicis al Parlament de Catalunya. D’aquesta manera, es podria consultar la població catalana sobre la seva voluntat d’independència superant els dos esculls contra els quals havia xocat la consulta del 9-N: seria una convocatòria legal i oficial i els no independentistes se sentirien cridats a participar-hi.

La proposta d’unes “eleccions plebiscitàries” com a pas fonamental del full de ruta cap a la independència va ser plantejada formalment per Artur Mas en la conferència “Després del 9-N: temps de decidir, temps de sumar”, que va pronunciar a Barcelona el 25 de novembre⁴. Allí Mas apostava per una candidatura conjunta de tots els independentistes. El president d’Esquerra Republicana de Catalunya, Oriol Junqueras, soci de CiU al Parlament, li va respondre amb una altra conferència pronunciada el 3 de desembre en què se sumava a la proposta d’unes “eleccions de caràcter plebiscitari” però defensava que cada partit independentista s’hi presentés per separat amb un programa comú⁵. La diferència de criteri en relació al nombre de llistes va generar controvèrsia entre CiU i ERC i va obrir una llarga negociació entre aquests dos partits i les plataformes sobiranistes Òmnium Cultural i Assemblea Nacional Catalana que culminaria el 14 de gener de 2015 amb l’anunci d’un acord sobre el full de ruta i d’una convocatòria electoral per al 27 de setembre d’aquell any⁶.

En l’acord del 14 de gener s’hi deia que els partits independentistes es presentarien als comicis amb llistes separades però amb un full de ruta compartit. Al maig de 2015, però, es van celebrar les eleccions municipals a tot l’Estat i les confluències d’esquerres, començant per la Barcelona en Comú d’Ada Colau, van obtenir bons resultats a l’Àrea metropolitana de Barcelona, aconseguint l’alcaldia de la capital i d’altres ciutats importants, com Badalona. Aquests èxits, units a una enquesta d’El Periódico on es deia que una confluència d’esquerres anàloga per a tot Catalunya podria disputar la victòria a la llista impulsada per CiU i el president Artur Mas⁷, va fer decidir els impulsors de Barcelona en Comú a confluïr en una llista de coalició a les eleccions catalanes del 27 de setembre. L’anunci d’aquesta confluència, el preacord de la qual es va presentar el 19 de juliol⁸, va portar els partits i les entitats

⁴ La conferència íntegra d’Artur Mas, 25.11.2014, <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/Telenoticies/La-conferencia-integra-dArtur-Mas/video/5367236/>

⁵ La conferència íntegra d’Oriol Junqueras, 02.12.2014, <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/Telenoticies/Conferencia-integra-dOriol-Junqueras/video/5379519/>

⁶ Mas anuncia eleccions el 27 de setembre amb “llistes diverses i full de ruta compartit”, 15.01.2015, <http://www.ccma.cat/324/Mas-anuncia-eleccions-el-27-de-setembre-amb-llistes-diverses-i-full-de-ruta-compartit/noticia/2629440/>

⁷ *Una ‘Catalunya en Comú’ disputaria la victòria a la ‘llista del president’*, El Periódico, 25.06.2015, <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/una-catalunya-comu-disputaria-victoria-llista-del-president-4302637>

⁸ Presentació de la candidatura Catalunya Sí que es pot, 19.07.2015, <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies-miqdia/presentacio-de-la-candidatura-catalunya-si-que-es-pot-per-al-27s/video/5540032/>

sobiranistes a replantejar-se la possibilitat de presentar-se a les eleccions que es volien plebiscitàries en una llista el màxim d'unitària possible. D'aquesta manera, i després d'unes setmanes de converses, el 20 de juliol es va presentar oficialment la coalició independentista Junts pel Sí⁹, que incloïa candidats de Convergència Democràtica de Catalunya (no d'Unió Democràtica, que concorreria per separat després de trencar-se la coalició de Convergència i Unió), d'Esquerra Republicana de Catalunya i un gran nombre de candidats independents, molts d'ells vinculats a les entitats sobiranistes ANC i Òmnium Cultural. La CUP, tot i ser convidada a sumar-se a aquesta candidatura, va deixar clar des del primer moment que es presentaria per separat, tot i sumar-se a la lectura plebiscitària dels comicis. La resta de partits amb representació al Parlament, PSC, PP i Ciutadans, van decidir presentar-s'hi en solitari, plantejant la convocatòria com unes eleccions parlamentàries convencionals i negant, per tant, la lectura plebiscitària.

L'objectiu d'aquest paper és analitzar de quina manera les principals capçaleres de la premsa generalista que es comercialitzen a Catalunya van presentar les notícies ocorregudes quatre setmanes abans dels decisius comicis del 27 de setembre. Malgrat que som en una societat digital amb múltiples fonts d'informació disponibles, la premsa escrita juga encara un paper molt important en la selecció i jerarquització de les informacions que els professionals de la comunicació creuen que poden ser de rellevància pública i, en conseqüència, exerceixen una influència encara notable en la conformació dels estats d'opinió de la societat. Analitzant les portades de les 8 publicacions escollides, volem oferir una panoràmica de com aquests mitjans han presentat els fets ocorreguts en els dies decisius que van presidir uns comicis considerats per a molts com a històrics.

En aquest estudi també hem volgut analitzar quin ha estat el paper de les enquestes, quants sondeigs han publicat els diaris durant el període analitzat i quin ha estat el seu protagonisme a les portades dels diaris durant la precampanya i la campanya electoral de les eleccions del 27 de setembre al Parlament de Catalunya.

⁹ Acte de presentació de la candidatura Junts pel Sí, 20.07.2015, <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/programa/acte-de-presentacio-de-la-candidatura-junts-pel-si/video/5540395/>

2. Marc teòric

La gran majoria dels ciutadans no percep l'actualitat política directament, sinó que ho fa a través dels mitjans de comunicació. La limitació inherent a qualsevol persona d'accedir a fets i opinions amb els quals no té contacte directe és la causa de la seva existència. Aleshores, els ciutadans es constitueixen en audiència d'algun dels intermediaris o mitjans que els permet l'accés a la informació que desitgen. L'accés, però, no és total. Per causes tant psicològiques (del receptor) com d'escassetat de temps i espai (de l'emissor), la informació és seleccionada i filtrada en un procés que anomenem mediatització. La mescla d'informació que en resulta és més un fruit de la part emissora (els mitjans) que de la demandant (l'audiència). En conseqüència, els mitjans de comunicació són cabdals per "la imatge als nostres caps" (Lippmann, 1922) d'allò que és important i del que no ho és, que en conjunt anomenem opinió pública.

El paper dels mitjans com a intermediaris els proporciona capacitat per influir en l'audiència. Condicionen la informació des de diversos punts de vista: el de la visibilitat, allò que fan visible o no, el de la jerarquia, ja que concedeixen més o menys importància a cadascun dels temes, i també des de la perspectiva del to o sentiment emprat en mostrar i ponderar la informació. Mitjançant aquests mecanismes, els mitjans conformen el que podem anomenar l'agenda mediàtica a través d'un procés conegut com *agenda-setting* (McCombs, 2004).

El procés de construcció de l'agenda per part dels mitjans és el resultat del reconeixement que l'agenda pública, els diferents temes que en un moment donat prioritza l'opinió pública, és limitada, ja que l'atenció per part del públic i les institucions també ho és (Ibíd.). Es produeix, per tant, un procés de competència entre els diferents temes per ocupar part d'aquest espai finit de l'agenda pública. Els mitjans, reconeixent aquest fet, realitzen una tria de la informació que creuen més rellevant i la fan visible tot dotant-la d'atributs d'importància i jerarquia. El resultat d'aquesta selecció mediàtica és l'agenda mediàtica.

La influència dels mitjans i la seva agenda és significativa i l'*agenda-setting* produeix efectes sobre l'agenda pública (Ibíd.). L'adopció per l'agenda pública dels temes amb més rellevància de l'agenda mediàtica no és un procés estàtic sinó dinàmic, en què els temes que competeixen per ocupar-ne l'espai emergeixen i decauen en un cicle sense fi. En conseqüència, els efectes de l'agenda mediàtica sobre la pública no són permanents sinó efímers, i el seu màxim nivell d'influència es remunta a entre quatre i vuit setmanes enrere (Ibíd.). Però el públic també compta, els mitjans de comunicació imposen l'agenda només quan els ciutadans la perceben com a rellevant (McCombs, 2004). L'*agenda-setting* no és determinista i es contraposa a teories com la de "l'agulla hipodèrmica" de Lasswell, en què els mitjans determinen directament el sentir de l'opinió pública (Wolf, 1991).

Els editors i directors d'informatius, segons McCombs (2006), amb la selecció diària i el desplegament d'informacions, dirigeixen la nostra atenció i influeixen en la nostra percepció de quins són els temes més importants del dia. Aquesta capacitat per influir en la rellevància de les qüestions del repertori públic és el que s'ha anomenat la fixació de l'agenda per part dels mitjans informatius. Segons la teoria de l'*agenda-setting*, el paper dels mitjans, en tant que fixadors de l'agenda, consisteix en la seva influència sobre la rellevància del tema, és a dir, en destacar la importància del tema com a objecte de l'opinió pública. Cohen va establir l'objectiu de l'*agenda-setting*: "La premsa no té gaire èxit en dir a la gent què ha de pensar, però sí en té en dir als seus lectors sobre què ha de pensar" (Cohen, 1963). L'agenda mediàtica, per tant, no decideix què ha de pensar o opinar el públic, però sí sobre què ha d'opinar.

Els mitjans no construeixen l'agenda mediàtica en el buit. La competició per traslladar temes a l'agenda formal o institucional és un procés en què participen diferents actors i que s'ha denominat *agenda-building* (Cobb, Ross i Ross, 1976). En aquest procés els actors no mediàtics intenten captar l'atenció dels mitjans per amplificar els seus temes i aconseguir arribar a l'agenda pública. Els mitjans, per tant, interactuen amb els diferents actors que pugnen per situar temes en l'agenda pública, i hi ha una estreta relació entre les agendes mediàtica, pública i política (Aira, 2008). Però aquesta relació no és equitativa. Com demostren altres estudis, la influència dels mitjans és significativa sobre la percepció dels ciutadans i l'atenció sobre temes determinats augmenta en funció del grau de cobertura mediàtica (Palau i Davesa, 2013). Aquesta cobertura s'aplica sobre els temes, seleccionant-los en funció d'estratègies mediàtiques (Chavero, 2015).

Per mesurar els efectes *agenda-setting* o per establir quins són els temes de l'agenda mediàtica hi ha una dificultat metodològica. Mentre que per determinar quins són els temes de l'agenda pública podem emprar enquestes i preguntar als ciutadans, en el cas de l'agenda mediàtica la gran quantitat i diversitat d'informació generada pels mitjans fa difícil destriar les dades per a l'anàlisi.

La premsa ens ofereix un element que presenta tots els ingredients claus en el procés de construcció de l'agenda descrita per la teoria de l'*agenda-setting*. En les seves portades les diferents capçaleres trien i filtren la informació que creuen més rellevant, la jerarquitzen respecte dels altres continguts de la portada i no fan visibles els temes descartats. Així, es llança un missatge a ciutadans i polítics sobre què és important i què no ho és (Boydston, 2006).

3. Contextualització i cronologia

Cal situar en un fil cronològic els fets més rellevants de la política catalana de manera que puguem contextualitzar les dades que s'exposen en aquest estudi. La cronologia, en coherència amb les dades estudiades, es ceneix als fets més importants succeïts en l'àmbit de la política catalana. Els esdeveniments recollits en la següent cronologia han estat presents en algunes de les portades dels vuit diaris que hem analitzat per elaborar aquest paper. Les notícies més destacades són les següents:

Data	Notícies destacades publicades als diaris del dia
31 d'agost	Rajoy busca suport polític internacional abans del 27-S. CDC i ERC volen arribar al 27-S amb el govern pactat. La Razón publica que "La Policía rastrea dinero del 3% de Convergència en Gibraltar".
1 de setembre	El 'cas 3%' de CDC tensa Junts pel Sí. L'oposició exigeix a Mas que comparegui al Parlament. CDC denuncia que l'escorcoll de la Guàrdia Civil va servir per sostreure material polític. El Mundo publica documents sobre el 3%. Totes les patronals, excepte Foment, avalen el procés.
2 de setembre	El PP inicia una reforma exprés perquè el Tribunal Constitucional pugui suspendre Mas. Merkel dona suport a Rajoy i defensa la "integritat" dels estats.
3 de setembre	Mas nega les acusacions de corrupció i qualifica de "muntatge" de l'Estat l'escorcoll a CDC. Els grups del Congrés s'alien contra el PP per frenar la reforma exprés del TC.
4 de setembre	Cambres i patronals acorden acatar el resultat del 27-S. Mas es planteja anar a la manifestació de la Diada. Rajoy anuncia que probablement les eleccions espanyoles se celebraran el 20 de desembre.
5 de setembre	Felipe González diu a La Vanguardia que "La reforma ha de reconèixer Catalunya com a nació". Junts pel Sí fixa la secessió unilateral per al 2016. Cameron diu que Catalunya sortirà de la UE si s'independentitza. El Punt Avui publica una enquesta: "Sí amb majoria absoluta".
6 de setembre	Artur Mas afirma, en una entrevista a La Vanguardia, que "Sense una majoria pel sí, el procés s'haurà acabat". Junts pel Sí no preveu en cap cas la sortida de la UE. El Periódico publica una enquesta: "Ajustada majoria independentista" i també La Razón: "La mayoría respalda reformar el TC para frenar la deriva de Mas".
7 de setembre	La reforma del TC busca esquivar una suspensió de l'autonomia. El Periódico publica una enquesta: "Els electors de Junts pel Sí volen que comptin els vots". Sánchez accepta reconèixer la singularitat de Catalunya. El Mundo publica un sondeig: "Los partidos independentistas lograrán la mayoría el 27-S". L'ABC publica que "La candidatura de Mas maneja una lista negra de catalanes no separatistas".

8 de setembre	Catalunya es prepara per rebre 2.000 refugiats sirians. El Govern central es resisteix a acollir tants refugiats. El PP vol evitar que TV-3 emeti la Diada de l'ANC.
9 de setembre	El ministre de Defensa, Pedro Morenés, insinua una intervenció armada i Santamaría ho desmenteix. El País publica que "Decenas de empresas pagaron a la fundación de Convergència".
10 de setembre	Arrenca la campanya electoral del 27-S. El País publica que "Las donaciones a CDC coinciden con concesiones de obra pública". El Mundo publica que "TV3 veta en la campaña al ex ministro Borrell". L'ABC publica informacions sobre les presumptes irregularitats a CDC.
11 de setembre	Segons l'enquesta del CIS, Junts pel Sí sumaria la majoria absoluta amb la CUP (68-69 escons) i tindria el 44% dels vots. La Junta Electoral obliga TV3 a compensar la resta de candidatures per la manifestació de l'Onze de setembre. Se celebren els actes de la Diada Nacional de Catalunya.
12 de setembre	Centenars de milers de persones omplen la Via Lliure a la Meridiana per reclamar la independència de Catalunya.
13 de setembre	Junts pel Sí alerta que no hi ha res guanyat, mentre PP i PSOE demanen que el 27-S es voti com en unes eleccions espanyoles.
14 de setembre	El Govern recorre a Europa per blindar el català a les aules coincidint amb l'inici del curs escolar.
15 de setembre	El TC suspèn la llei de l'Agència Tributària de Catalunya. La Fiscalia demana al TSJC que citi quatre nous testimonis en la causa contra Mas pel 9-N. La Razón publica que el jutge ordenarà detenir a una dotzena d'empresaris del 3% després del 27-S.
16 de setembre	Obama defensa davant el Rei Felip VI una Espanya "forta i unida".
17 de setembre	El Cercle d'Economia demana una consulta si hi ha majoria del sí el 27-S. El PP aprova la llei que permetria inhabilitar el president. El País publica un informe sobre els efectes de la independència assegurant que Catalunya deixaria tots els organismes internacionals.
18 de setembre	Debat dels candidats a 8TV. Brussel·les creu que una Catalunya independent quedaria fora d'Europa. La Comissió Europea reitera que un nou estat hauria de tornar a demanar l'ingrés a la UE. El Mundo publica que Mas utilitza diners públics per donar suport a Europa a Junts pel Sí.
19 de setembre	La patronal de bancs i caixes es posiciona contra la independència. Els principals bancs espanyols es replantejarien la seva implantació a Catalunya si sortís de la UE i de l'euro. El Cercle d'Empresaris demana diàleg per revisar la Constitució.
20 de setembre	Segons l'enquesta de La Vanguardia, Junts pel Sí encara la recta final a un pas de la majoria absoluta. El sondeig d'El País apunta que els independentistes

	aconseguirien majoria d'escons i quasi el 50% del vot. Artur Mas afirma, en una entrevista a l'Ara, que no hi haurà inseguretat jurídica.
21 de setembre	Se celebra el debat entre els candidats a TV3. Segons l'enquesta de La Vanguardia, només un 20% dels catalans creuen que s'assolirà la independència. El Mundo publica un sondeig segons el qual "només el 16,8% dona suport a la secessió sense tenir la majoria de vots"; i la de La Razón apunta que el PP i el PSC remunten a la recta final de la campanya. Segons un sondeig d'El País, si ara se celebressin eleccions espanyoles, els electors voldrien un Govern fruit d'un pacte.
22 de setembre	El Banc d'Espanya atia la por alertant del risc de <i>corralito</i> a l'estat català. Rècord d'inversió estrangera a Catalunya i també de vendes catalanes a l'exterior.
23 de setembre	Rajoy s'adona, en una entrevista a Onda Cero, que no es podria privar els ciutadans d'una Catalunya independent de la nacionalitat espanyola ni de la ciutadania europea.
24 de setembre	Cara a cara a 8TV entre Oriol Junqueras i José Manuel García-Margallo. L'Estat tallarà els ajuts a les entitats socials catalanes. La Comissió Europea investiga la manipulació d'una resposta sobre la independència de Catalunya.
25 de setembre	Regidors d'ERC i del PP exhibeixen a l'Ajuntament de Barcelona, coincidint amb la Mercè, l'estelada i la bandera espanyola. La Comissió Europea diu que la resposta de Juncker contra Catalunya no és cap "manipulació" sinó un "error humà". La Junta Electoral pressiona per retirar estela des.
26 de setembre	Els partits celebren els últims actes de la campanya electoral. La Razón publica que Mas serà imputat després del 27-S.
27 de setembre	Es celebren les eleccions al Parlament de Catalunya. Junts pel Sí guanya les eleccions amb 62 diputats, la CUP n'obté 10, Ciutadans 25, el PSC 16, Catalunya Sí que es Pot 11 i el PP també 11.

4. Metodologia

4.1. La portada com a resum de la publicació

Les portades de la premsa convencional són un bon instrument per observar la construcció de l'agenda del mitjà de comunicació. La portada és, doncs, l'element clau del diari, la seva principal carta de presentació. Per això, els directors i caps de secció dels diaris decideixen quins són els seus continguts i els titulars que es destacaran a la primera pàgina de la capçalera. Cada publicació formula la portada d'acord amb les seves pròpies normes i interessos o amb la seva correlació d'equilibris (Boydston, 2006).

Podem observar alguns trets comuns a totes les portades, que tenen la seva importància per a la definició de la metodologia que hem utilitzat per elaborar aquest paper. Són els següents:

- Les portades són asimètriques. És a dir, a cada notícia que se selecciona per ocupar la primera pàgina del diari se li atorga un espai, un cos de text i una mida de la fotografia (si n'hi ha) diferents.
- A major superfície ocupada per la informació, més importància es dona a la notícia.
- La ubicació de la notícia a la portada ajuda a donar protagonisme a la informació. No és el mateix publicar una notícia en un breu a la portada que dedicar-li mitja portada i acompanyar-la amb un gran titular o una fotografia. Els espais superiors i centrals de la primera pàgina d'un diari atrauen més l'atenció del lector que les notícies que se situen a la part inferior o lateral.
- L'ús d'imatges, ja sigui una fotografia o un gràfic, dona més importància a la informació, reforça la notícia a la portada.
- La majoria de portades són plurals, és a dir, hi trobem diferents titulars. Normalment, només en casos excepcionals, es dedica tota la portada a una mateixa notícia. Tot i així, hi ha diaris amb seu a Madrid, especialment l'ABC, que sovint omplen tot o quasi tot l'espai de la portada amb una sola informació.
- Les portades també barregen informacions de diferents àmbits territorials, és a dir, temes internacionals amb notícies nacionals i locals.

Entre tots aquests paràmetres comuns a totes les portades són especialment rellevants la seva superfície, la pluralitat i l'àmbit. Identificar quins són els temes inclosos a la portada i quin espai ocupen ens permet obtenir una sèrie de dades importants. Analitzant-les podem conèixer quin és el conjunt de temes que destaca més cada diari en un període concret i quina importància relativa tenen a partir de l'espai que se'ls ha atorgat.

El mètode per recollir les dades es basa en aquests dos paràmetres:

- Es recull l'àrea ocupada per la notícia i s'expressa com a percentatge del total de l'àrea ocupada per la portada.
- Es classifica la notícia segons els temes als qual fa referència. Per tant, cada impacte de portada queda associat a un o més temes, independentment de l'espai que se li dediqui. Aquí cal subratllar que, a diferència de l'anterior estudi *Eleccions i agenda mediàtica. La premsa i les eleccions del 2012*, una notícia pot catalogar-se amb més d'una temàtica. És important destacar aquesta dada, perquè com que cada retall de portada pot anar associat a més d'una temàtica, la suma dels percentatge de les temàtiques segurament serà superior al 100%.

Com a resultat d'aplicar aquesta metodologia, per a cada retall informatiu de portada obtenim el tema o temes principals que tracta i el percentatge de superfície (en relació a la superfície total de la portada), les dues variables que ens permetran elaborar les posteriors anàlisis de les portades.

Les temàtiques que s'han inclòs en aquest estudi són les següents:

Taula 1. Etiquetes temàtiques

- Administració pública
- Atur
- Comerç
- Conflictes
- Constitució
- Corrupció
- Cultura
- Defensa
- Educació
- Eleccions
- Emergències
- Energia
- Enquestes
- Habitatge
- Hisenda
- Immigració
- Indústria
- Infraestructures
- Justícia
- Llengua
- Macroeconomia
- Medi natural
- Partits polítics
- Pobresa
- Presons
- Procés sobiranista
- Recerca
- Relacions Internacionals
- Relacions laborals
- Religió
- Residus
- Salut
- Seguretat

- Serveis Socials
- Terrorisme
- TIC
- Trànsit
- Turisme
- Universitats
- Altres: (Esports, successos i altres informacions no recollides per la resta d'etiquetes)

4.2. Les publicacions que s'han inclòs a l'estudi

En aquest estudi hem analitzat les portades de la premsa generalista de periodicitat diària amb un àmbit territorial i de distribució equivalent al Principat de Catalunya. No tots els diaris, però, tenen el mateix pes específic a la societat catalana. Per tant, caldrà considerar l'audiència o l'abast que té cada diari entre la població a Catalunya. És en aquest sentit que ens fixem en el bloc de preguntes que trobem al Baròmetre d'Opinió Política (BOP) del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) sobre els mitjans de comunicació i la informació política. Concretament, en la pregunta 16: “*Quin diari llegeix amb més freqüència?*”. Aquestes dades que ens proporciona el BOP no es poden comparar amb les d'un estudi específic d'audiència, però sí que ens permeten saber a través de quins diaris s'informen els catalans sobre l'actualitat política.

Una altra característica de les publicacions que hem analitzat és la diferent ubicació de la seu i la direcció. En aquest sentit, podem distingir dos grups: els diaris que tenen seu a Catalunya (La Vanguardia, El Periódico, l'Ara i El Punt Avui) i els que s'elaboren des de Madrid (El Mundo, El País, ABC i La Razón). Cal esmentar que per a l'anàlisi d'aquest segon grup utilitzem les portades de les edicions catalanes, a l'abast de l'audiència catalana, ja que poden presentar diferències respecte altres edicions dels mateixos diaris.

4.3. El període analitzat

Per elaborar aquest estudi hem analitzat les portades de vuit diaris en un determinat període de temps, el que va del 31 d'agost al 26 de setembre de 2015. Hem iniciat l'anàlisi a partir del 31 d'agost perquè considerem que és l'inici del curs polític després del parèntesi de les vacances d'estiu. A partir d'aquesta data es reactiva l'activitat política i les formacions polítiques acaben de preparar la campanya electoral. Però no és fins el dijous 10 de setembre a mitjanit que els partits donen el tret de sortida a la campanya electoral que finalitza el 25 de setembre a les 12 de la nit. L'estudi inclou l'anàlisi de les portades del 26 de setembre, el dia de reflexió, perquè els diaris recullen les informacions sobre els actes de tancament de la campanya electoral dels diferents partits polítics.

A diferència de l'anterior anàlisi *Eleccions i agenda mediàtica. La premsa i les eleccions del 2012*, no hem diferenciat les portades que s'han publicat durant la precampanya electoral –del 31 d'agost al 10 de setembre– de les que es publiquen en plena campanya electoral –de l'11 al 26 de setembre–, perquè considerem que el període analitzat, en total 27 dies, és molt curt. Per tant, hem elaborat l'anàlisi de forma global sense fer aquesta divisió.

5. Anàlisi

5.1. Àmbits territorials a les portades

Els diaris recullen en les seves portades les informacions més destacades d'àmbits territorials diferents. En aquest apartat analitzem quin protagonisme tenen en les portades les notícies d'àmbit català. Per fer-ho, hem classificat les notícies publicades a la primera pàgina dels diaris en funció dels diferents àmbits territorials:

- **Catalunya:** per a notícies succeïdes a Catalunya, relatives a Catalunya o amb Catalunya com a subjecte.
- **Local (Cat):** per a notícies d'àmbit local que han passat a Catalunya.
- **Local (Es):** per a notícies d'àmbit local que hagin passat a la resta de l'Estat espanyol.
- **Espanya:** per a notícies sobre la resta de l'Estat espanyol (excloent Catalunya).
- **Internacional:** per a notícies sobre altres països sempre que no incloguin Catalunya o l'Estat espanyol com a actors.

Un cop hem aplicat aquesta classificació en les portades dels diaris analitzats, podem calcular quins són els percentatges mitjans de cada àmbit sobre el total. Com que el nombre de retalls catalogats segons l'àmbit Local (Es) és molt baix (5 notícies d'un total de 907) hem considerat que el seu percentatge era negligible i l'hem deixat fora de la taula. Els resultats són els següents.

Taula 2. Freqüència d'informació per àmbits

Diari	Catalunya	Local Cat	Espanya	Internacional
La Vanguardia	41,2	12,1	16,4	26,6
El Periódico	40,5	15,3	20,7	23,4
Ara	66,2	5,4	5,4	23,0
El País	23,0	0,6	32,3	44,1
El Punt Avui	69,8	1,0	6,2	19,8
El Mundo	23,4	0,7	46,2	25,5
ABC	42,8	3,6	14,3	32,1
La Razón	34,6	0,8	37,0	24,4
Mitjana	42,7	4,9	22,3	27,4

*Marquem en negreta els percentatges més alts i en cursiva els més baixos.

Mirant la Taula 2 podem arribar a les següents conclusions:

- Tots els diaris amb seu a Catalunya dediquen més espai de la portada als temes relacionats amb Catalunya que els de la resta d'àmbits.
- El diari El Punt Avui és el diari català que més impactes dedica als temes relacionats amb Catalunya, concretament un 69,8%, seguit del diari Ara amb un 66,2%. La Vanguardia és el tercer diari amb més informació sobre Catalunya a la seva portada, amb un 41,2%, seguit d'El Periódico que se situat al 40,5%.
- Si a les notícies classificades dins de l'àmbit Catalunya hi sumem les incloses en l'àmbit Local (Cat), que encara que parlin de temes locals també es refereixen a fets que es desenvolupen en territori català, el predomini a les portades dels mitjans editats a Barcelona de notícies ocorregudes a Catalunya encara és més acusat i supera, en tots els casos, el 50%. Així, d'acord amb aquest nou càlcul, el diari Ara és el que dedica un percentatge més gran dels destacats de portada a fets relacionats amb Catalunya, amb un 71,6% (66,2%+5,4%). El segueix de molt a prop El Punt Avui, amb un 71% (69,8%+1%). Darrere dels dos rotatius escrits en català hi trobaríem El Periódico, amb un 56% (40,5%+15,3%), i finalment La Vanguardia, amb un 53,30% (41,2%+12,1%). Tot i que els dos diaris més venuts a Catalunya tenen el percentatge més elevat de destacats de portada dedicats a notícies locals catalanes, la seva suma amb les notícies de l'àmbit general de Catalunya no és suficient per superar a l'Ara i El Punt Avui en dedicació de les portades a notícies ocorregudes o vinculades amb Catalunya.
- Pel que fa als mitjans amb seu a Madrid, l'ABC és el que més impactes dedica als temes relacionats amb Catalunya, amb un 42,8%, quasi doblant la freqüència que li destina el diari El País. De fet, durant el període analitzat, l'ABC destina més espai de la primera pàgina als temes catalans que als d'àmbit estatal (14,3%). Tot i que és lògic que la campanya electoral i el procés sobiranista posin el focus especialment sobre Catalunya, aquest percentatge tan elevat del diari ABC es pot atribuir, sobretot, al fet que durant el període analitzat el diari ha dedicat sovint tot l'espai de portada a un únic tema. La Razón és el segon diari que més superfície destina a les notícies relacionades amb Catalunya, amb un 34,6%. El segueix El Mundo, amb un 23,4%. El diari El País és el mitjà que menys protagonisme dona als temes sobre Catalunya en la seva primera pàgina, amb un 23%. En relació als diaris amb seu a Madrid, cal tenir en compte que les portades que s'han analitzat no són les que aquests mitjans publiquen a la capital de l'estat, sinó les que fan específicament per a les seves edicions barcelonines que es venen als quioscos catalans. Si s'haguessin analitzat les portades editades a Madrid, el percentatge de portades dedicades a temes sobre Catalunya serien sensiblement més baixos.
- Pel que fa a les notícies d'àmbit espanyol, en els diaris amb seu a Madrid tenen una presència més majoritària a El Mundo amb un 46,2%, seguit de La Razón amb un 37% i El País amb un 32,3%, i el diari que menys informació d'àmbit espanyol publica a la seva primera pàgina és l'ABC amb un 14,3%. Pel que fa els diaris catalans, El Periódico és el que més informacions d'àmbit espanyol treu a la seva portada amb un 20,7%, seguit de La Vanguardia amb un 16,4%. El Punt, amb un 6,2%, i l'Ara, amb un

5,4%, són els dos diaris editats a Catalunya que menys destacats de portada dediquen a les notícies d'aquest àmbit.

- La Vanguardia i El Periódico són els dos diaris catalans que publiquen més informació de política local a la portada, i el que menys El Punt Avui.

- Pel que fa les informacions d'àmbit internacional, La Vanguardia és el diari català que més protagonisme els dona a la seva portada (26,6%), mentre que El Punt és el que menys amb un 19,8%. El País és el mitjà amb seu a Madrid que més espai li dedica (44,1%), seguit de l'ABC (32,1%) i El Mundo (25,5%). El que menys impactes hi destina és La Razón, amb un 24,4%.

5.2. Els temes que han sortit a les portades dels diaris

En aquest apartat analitzarem quins han estat els temes més presents a les portades durant el període comprès entre el 31 d'agost al 26 de setembre. Per determinar quins són els temes més destacats el que hem fet ha estat classificar els retalls de portada en funció de les etiquetes de la Taula 1. Una temàtica tindrà més importància com més freqüent sigui la seva aparició a la primera pàgina del diari. En la següent taula reflectim quina ha estat la presència de cada tema a les portades dels vuit diaris que hem analitzat. A la columna de la dreta mostrem, de major a menor, quina ha estat la mitjana de cada tema.

Taula 3. Freqüència dels diferents temes per diaris d'acord amb el nombre d'impactes

Tema	Vanguardia	El Periódico	Ara	El País	El Punt	El Mundo	ABC	Razón	Mitjana
Procés sobiranista	26,7	24,3	47,3	21,7	64,6	22,1	53,6	28,3	36,1
Eleccions	15,2	18,0	31,1	12,4	36,5	15,2	21,4	18,1	21,0
Altres	21,0	18,0	5,4	19,2	6,3	31,0	3,6	19,1	15,4
Immigració	14,5	18,0	16,2	14,3	12,5	11,0	14,3	13,4	14,3
Partits polítics	2,4	4,5	12,2	13,7	5,2	11,0	39,3	15,7	13,0
Rel. Internacionals	10,3	10,8	8,1	13,7	13,5	4,8	14,3	11,0	10,8
Justícia	7,3	1,8	8,1	9,3	6,3	5,5	3,6	11,0	6,6
Macroeconomia	1,8	5,4	8,1	5,0	5,2	6,9	7,1	4,7	5,5
Corrupció	1,2	4,5	2,7	4,9	2,1	5,5	10,7	10,2	5,2
Cultura	10,3	6,3	8,1	5,6	4,2	4,1	0,0	0,8	4,9
Conflictes	4,2	2,7	6,8	6,8	5,2	4,8	3,6	3,9	4,8
Religió	4,2	1,8	2,7	5,6	2,1	2,8	7,1	7,9	4,3
Indústria	3,6	3,6	5,4	3,7	2,1	2,1	0,0	3,1	3,0
Enquestes	1,8	2,7	0,0	1,9	2,1	2,8	7,1	4,7	2,9

Hisenda	2,4	2,7	1,4	1,2	2,1	2,1	3,6	3,1	2,3
Educació	1,8	2,7	2,7	1,9	1,0	2,8	3,6	0,0	2,1
Seguretat	3,6	2,7	2,7	0,6	2,1	0,0	3,6	0,8	2,0
Comerç	5,5	2,7	1,4	0,0	3,1	0,7	0,0	0,0	1,7
Terrorisme	1,8	0,0	0,0	1,2	1,0	1,4	0,0	0,8	0,8
Adm. pública	0,0	0,0	0,0	0,6	1,0	2,8	0,0	1,6	0,8
Serveis socials	0,6	0,9	2,7	0,6	1,0	0,0	0,0	0,0	0,7
TIC	1,2	2,7	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
Constitució	1,8	0,9	0,0	1,2	1,0	0,0	0,0	0,0	0,6
Habitatge	1,8	1,8	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,6
Infraestructures	2,4	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
Salut	0,0	0,9	0,0	0,0	1,0	1,4	0,0	0,8	0,5
Defensa	0,6	0,9	1,4	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,5
Relacions laborals	0,6	1,8	0,0	0,6	0,0	0,7	0,0	0,0	0,5
Atur	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,7	0,0	1,6	0,5
Pobresa	0,6	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Trànsit	0,6	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Turisme	2,4	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Energia	0,0	0,9	0,0	0,6	0,0	0,7	0,0	0,0	0,3
Llengua	0,0	0,0	1,4	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
Medi natural	0,6	0,0	0,0	0,6	0,0	0,7	0,0	0,0	0,2
Universitats	0,6	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
ARP	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Emergències	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,00	0,1
Presons	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Recerca	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Residus	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

*La suma de percentatges no dona 100 perquè una mateixa notícia pot incloure més d'una temàtica.

*La lectura de les dades s'ha de fer en vertical.

*Les dades estan ordenades per la mitjana, de major a menor.

L'anàlisi de les mitjanes ens aporta informació sobre quins han estat els temes centrals de l'agenda mediàtica per al conjunt dels diaris estudiats. En total, hem analitzat 216 portades, del 31 d'agost al 26 de setembre, i 907 notícies publicades a la primera pàgina dels diaris.

En primer lloc, observant les dades d'aquesta taula, podem concloure que el procés sobiranista és el tema més present als diaris durant el període analitzat, amb una mitjana del 36,1%. El segueix, en segona posició, la temàtica electoral, amb un 21% i, en tercer lloc, la immigració, amb un 14,3%, respectivament. Les informacions sobre els afers interns dels partits polítics ocupen la quarta posició (13%), seguides de les relacions internacionals (10,8%), la justícia (6,6%) i la corrupció (5,2%). Cal tenir present que durant el període analitzat es produeix la crisi dels refugiats a Europa. Per això, la mitjana de la temàtica immigració i relacions internacionals és tan alta. També cal dir que a l'hora de llistar els temes més seguits s'ha obviat la temàtica 'Altres', perquè es tracta d'un calaix de sastre on es reuneixen temes molt diversos (esports, successos...) que no tenen suficient rellevància política per ser inclosos en aquest estudi. Si haguéssim tingut en compte les notícies englobades dins 'Altres', aquest apartat passaria a ocupar el tercer lloc, amb un 15,4% de mitjana.

El procés sobiranista és, com hem dit, la temàtica més present en les portades del conjunt de publicacions analitzades i és també el tema més tractat per cadascun dels diaris analitzats. Aquest protagonisme és lògic tenint en compte la significació política clau que els partits independentistes havien atorgat a les eleccions al Parlament de Catalunya del 27 de setembre, vistes com uns comicis "plebiscitaris". També hi contribueix el fet que dins del període analitzat s'hi inclou la data emblemàtica de l'Onze de Setembre, que el 2015 va adquirir un gran protagonisme tant pel fet que coincidia amb l'inici de la campanya electoral com per la celebració d'una nova manifestació independentista multitudinària, convocada amb el nom de Via Lliure.

La gran significació política que els dies analitzats van tenir per al sobiranisme explica el predomini del procés en les portades dels diaris generalistes publicats a Catalunya. Així mateix, la preponderància d'aquest tema durant el mes de setembre, clarament constatable a través de les portades, va ser encara més gran a l'interior de les publicacions, d'acord amb les dades de l'*Anuari dels Valors* de la Fundació Carulla de l'any 2015 (Castiñeira (dir.), 2016). Segons aquest estudi, "les notícies d'interiors dedicades al procés sobiranista també van patir un increment exponencial el mes de setembre, en què es va arribar a multiplicar per gairebé tres el nombre de notícies en relació amb el mes anterior i posterior". L'estudi va acompanyat d'un gràfic evolutiu on es constata aquest increment tan considerable de portades i notícies que tracten el procés sobiranista. Segons les dades de la Fundació Carulla, el nombre total de portades que en parlen durant tot el mes de setembre (el nostre estudi només arriba fins al dia 26 d'aquell mes) és de 184, una xifra que contrasta amb les 119 de l'agost i amb les 136 de l'octubre. Com dèiem, encara és més extraordinari el creixement de les notícies sobre el procés a l'interior del diari, un factor que nosaltres no hem estudiat. Segons l'*Anuari dels Valors*, aquell mes es publiquen un total de 672 notícies sobre aquest tema, que contrasten notablement amb les 196 del mes abans i amb les 237 del mes posterior.

L'estudi de la Fundació Carulla també constata que, si bé la presència sobre el procés sobiranista és igualment elevat en tots els diaris, hi ha diferències remarcables de seguiment entre un mitjà i l'altre. Això també ho hem observat nosaltres en el nostre estudi sobre les portades publicades en les quatre setmanes anteriors als transcendents comicis del 27 de setembre. Així, i tornant ara a les xifres recopilades durant la nostra anàlisi, qui s'ha fet més ressò del procés sobiranista en portada durant el període que hem estudiat és El Punt Avui, amb un 64,6% dels impactes, seguit de l'ABC, amb un 53,6%, i l'Ara, amb un 47,3%. Per contra, el diari que menys impactes de portada ha dedicat a aquesta temàtica ha estat El País, amb un 21,7%, seguit d'El Mundo, amb un 22,1% i El Periódico, amb un 24,3%. Si comparem els percentatges que cada mitjà destina a aquest tema, es posa en evidència que el fet que els diaris catalans dediquin més impactes de la portada a notícies sobre Catalunya no implica necessàriament que donin una major cobertura en portada a les notícies sobre política catalana. Així, la cobertura que un diari de Madrid com l'ABC dedica al procés sobiranista (53,6%) dobla la freqüència registrada en els dos principals diaris catalans, La Vanguardia (26,7%) i El Periódico (24,3%). De fet, el percentatge de cobertura en portada del debat sobiranista en els dos diaris més llegits a Catalunya és més proper al dels diaris amb seu a Madrid, que a excepció de l'ABC es mouen igualment en la franja d'entre el 20% i el 30%, que no pas al dels altres dos diaris amb seu a Catalunya, El Punt Avui i l'Ara.

La temàtica electoral ha estat la segona qüestió més present als diaris amb un 21% de mitjana. El Punt Avui ha estat el diari que més informació ha publicat sobre aquest tema a la seva portada (36,5%), seguit del diari Ara (31,1%). El Periódico li ha dedicat gairebé la meitat d'impactes que El Punt-Avui, amb un 18%, mentre que La Vanguardia li ha destinat un 15,2%. Pel que fa als diaris editats a Madrid, l'ABC és el diari que més protagonisme ha donat a aquest assumpte (21,4%), seguit de La Razón (18,1%) i El Mundo (15,2%). El País tanca el rànquing per baix amb un 12,4%. Observem que els dos diaris catalans que havien mostrat en portada un major interès pel procés sobiranista, El Punt Avui i l'Ara, són també els que fan un seguiment més ampli del procés electoral. De la mateixa manera, els percentatges de La Vanguardia i El Periódico respecte del debat electoral tornen a estar més a prop de la mitjana dels diaris amb seu a Madrid que de la dels altres dos diaris editats a Barcelona.

Si comparem els resultats sobre la temàtica de les portades amb els de l'anterior estudi titulat *Eleccions i agenda mediàtica. La premsa i les eleccions del 2012*, observem que en tots dos processos electorals el procés sobiranista és, sens dubte, el tema principal a les portades dels diaris. Ho va ser en la campanya electoral de 2012 i ho va continuar sent a la del 2015. D'altra banda, també hi ha una altra coincidència respecte al 2012, i és que les informacions sobre els partits polítics ocupen la quarta posició.

En canvi, comparant els dos estudis observem també algunes diferències. En primer lloc, al 2012 el segon tema destacat pels diaris era el finançament autonòmic, una qüestió que va tenir molta presència durant aquella campanya i precampanya electoral. En els comicis de 2015, per contra, aquest tema ha anat perdent força, ja que ha passat a ocupar la quinzena posició d'una llista de 41 temes. La corrupció

també va perdre protagonisme l'any 2015, ja que és el setè tema amb més presència als diaris, mentre que a la campanya de 2012 va ocupar la tercera posició.

5.3. Evolució temàtica de les portades per impactes

Després d'analitzar de manera global quins han estat els assumptes més tractats per la premsa durant el període estudiat, ara volem veure com han evolucionat alguns dels temes més rellevants al llarg de les quatre setmanes analitzades a partir del nombre d'impactes de portada comptabilitzats de cada assumpte.

D'entre els 10 temes que més han aparegut a les portades, hem decidit valorar l'evolució dels 5 primers que considerem més rellevants des del punt de vista de la política catalana. En concret, aquests temes són: procés sobiranista, eleccions, partits polítics, justícia i corrupció. Com hem vist en l'apartat anterior, el procés i les eleccions són els dos temes més presents a les portades, mentre que els partits polítics, la justícia i la corrupció ocupaven, respectivament, les posicions quarta, sisena i setena. En aquest estudi evolutiu obviarem, per tant, els temes situats en tercera i cinquena posició, les relacions internacionals i la immigració, perquè la seva presència a les portades és fruit, quasi exclusivament, de la gestió que Europa feia de les onades de refugiats que fugien de la guerra de Síria. Com que és un tema de política exterior que, almenys en les portades, no s'ha vinculat a la campanya electoral catalana, creiem que és més rellevant valorar l'evolució dels temes de partits, justícia i corrupció.

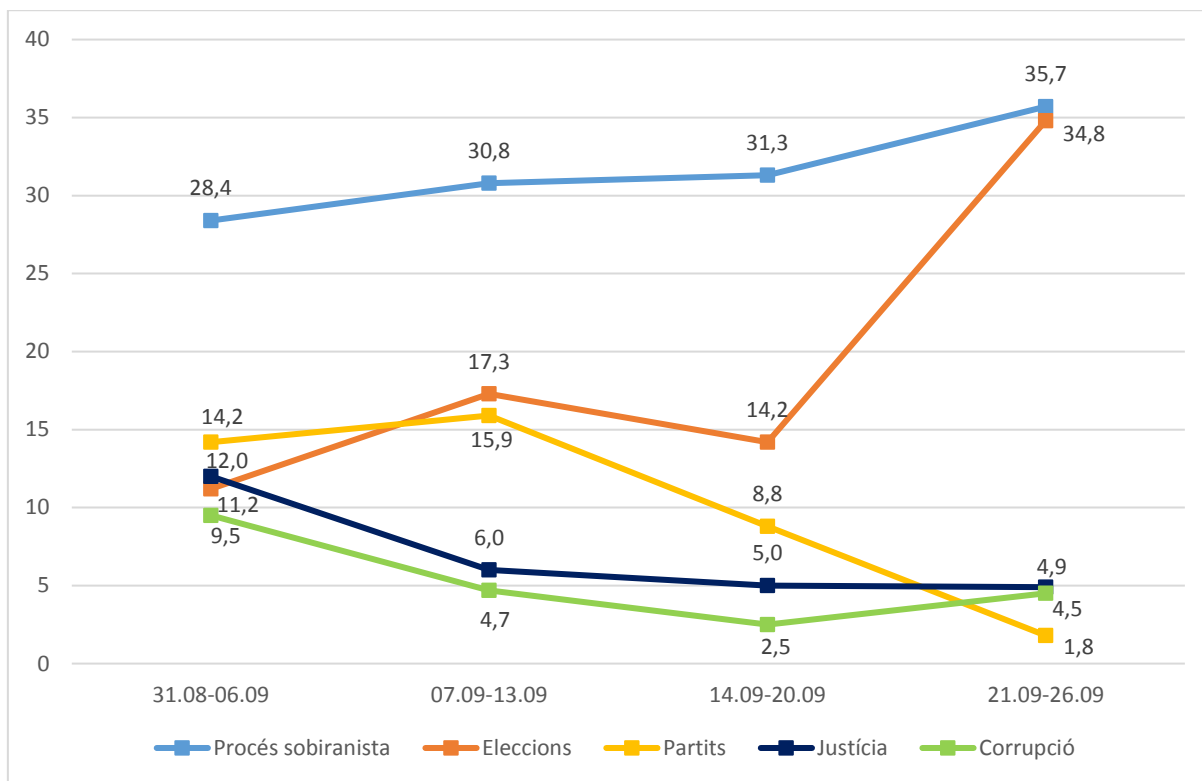
En la següent taula mostrem quin ha estat el percentatge de presència en portada d'aquests cinc temes en les quatre setmanes analitzades, a partir, com ja hem dit, del nombre d'impactes comptabilitzats.

Taula 4. Percentatge de presència mitjana en portada segons el nombre d'impactes

Setmana	Procés sobiranista	Eleccions	Partits	Justícia	Corrupció
31.08-06.09	28,4	11,2	14,2	12	9,5
07.09-13.09	30,8	17,3	15,9	6	4,7
14.09-20.09	31,3	14,2	8,8	5	2,5
21.09-26.09	35,7	34,8	1,8	4,9	4,5

Traslladant les dades de la taula en un gràfic de línies, obtenim aquest resultat:

Gràfic 1. Evolució temàtica per setmanes segons els impactes



Si observem el gràfic adjunt, veurem que la presència en portada dels cinc temes escollits evoluciona de manera diferent, malgrat que es tracti sovint d'assumptes estretament vinculats entre ells. En primer lloc, podem veure com el procés sobiranista manté una presència elevada en tot el període, amb una tendència ascendent que es dispara durant l'última setmana analitzada, és a dir, en els últims dies de la campanya electoral, els que van del 21 al 26 de setembre. Un 35,7% de les notícies que es van publicar a les portades dels diaris en aquella setmana parlaven del procés sobiranista. La setmana anterior, la del 14 al 20 de setembre, aquest percentatge era inferior, arriba al 31,3%, mentre que la primera va ser del 28,4% i la segona del 30,8%. Per tant, podem concloure que aquesta temàtica va agafant protagonisme, ja que el punt més alt el trobem a la recta final de la campanya electoral. El fet que aquest tema no decaigui al llarg de les setmanes prèvies als comicis, sinó tot el contrari, que augmenti de manera progressiva fins al dia de les eleccions, evidencia que la majoria de mitjans donen una àmplia cobertura a la lectura plebiscitària que les dues candidatures independentistes van atorgar als comicis.

El segon tema més present a les portades, les eleccions, mostra una evolució lleugerament diferent. Durant la primera setmana se situa en un 11,2%, ascendeix al 17,3% en la segona setmana de l'estudi, a la tercera baixa lleugerament fins a un 14,2% i, finalment, es dispara a la darrera setmana de la campanya, doblant la seva presència en la primera pàgina dels diaris amb un 34,8%. Podem concloure,

per tant, que és sobretot a la setmana més decisiva, la darrera, quan la temàtica electoral es dispara i aconsegueix tenir una presència àmplia i destacada a les portades dels diaris.

El tercer tema que té un major protagonisme en les portades són les notícies sobre la dinàmica interna dels partits polítics, és a dir, informacions protagonitzades per un o més partits sobre negociacions, candidatures, relacions orgàniques entre partits, notícies sobre afers i debats interns, etc. Aquest tema evoluciona en un sentit contrari al de la temàtica electoral: les dues primeres setmanes té una presència important a les portades, amb un 14% i un 15% respectivament, però després descendeix a un 8,8% a la tercera setmana i cau a un 1,8% en la darrera, del 21 al 26 de setembre. Malgrat que una part de les notícies de portada sobre els partits polítics estan relacionades amb el procés electoral, especialment les de la segona setmana, un percentatge gens menyspreable es vinculen a la corrupció. El 28 d'agost, just un mes abans de les eleccions, la Guàrdia Civil escorcollava la seu de Convergència Democràtica de Catalunya per cercar proves del pagament de presumptes comissions del 3% a l'empresa Teyco. Aquest registre, ordenat per la Fiscalia Anticorrupció, va impactar de ple en el debat polític català i va propiciar que apareguessin notícies en portada relacionades amb el cas del 3% especialment durant la primera setmana estudiada i, en major o menor mesura, fins gairebé el dia de les eleccions. A l'impacte mediàtic d'aquest cas hi va contribuir, també, la compareixença d'Artur Mas davant la Diputació Permanent del Parlament el dia 2 de setembre per donar explicacions sobre el finançament de Convergència. L'acumulació de notícies en relació al cas del 3% especialment durant la primera setmana estudiada explica el major impacte de la temàtica dels partits polítics en aquest període. Un impacte que també es percep, com veurem, en l'evolució de la presència en portada de notícies sobre justícia i corrupció. En la segona quinzena, per contra, les referències al cas del 3% van de baixa en portada i això fa baixar, també, el conjunt de notícies dedicades als partits polítics.

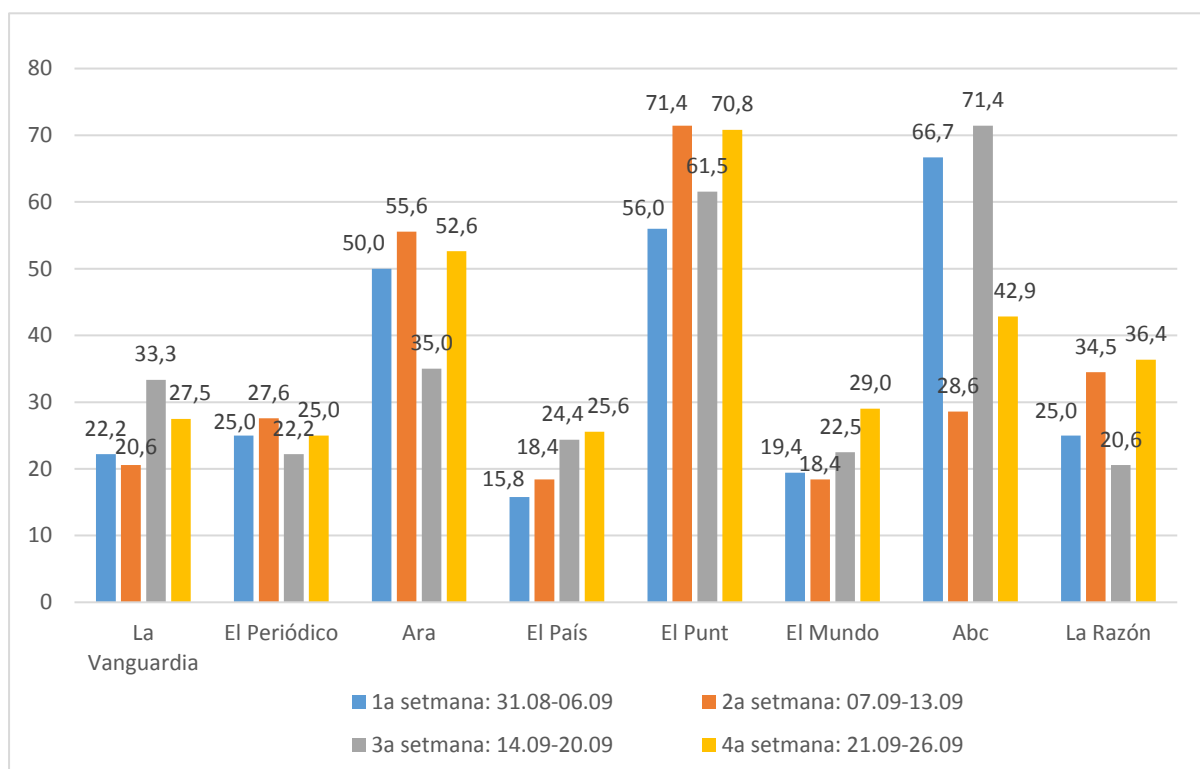
La justícia i la corrupció ocupen, respectivament, el lloc quart i cinquè entre els temes de rellevància política que més apareixen a les portades en el període estudiat. L'estret vincle que hi acostuma a haver entre aquestes dues temàtiques explica que el seu impacte en portada i la seva evolució siguin molt similars. En el cas de la Justícia, l'esclat del cas del 3% just abans de l'inici del nostre estudi fa que en la primera setmana analitzada hi trobem la punta més alta de notícies en portada dedicades a aquest tema: el 12%. Després d'aquesta forta arrencada inicial, l'impacte en portada de la Justícia es redueix a la meitat a la segona setmana (6%) i es manté en uns nivells similars en la resta del període. Més enllà de les informacions sobre la corrupció, el tema de la Justícia va apareixent en aquest període arran, sobretot, de la reforma de la llei del Tribunal Constitucional que el PP aprova en solitari al Congrés per permetre a aquesta institució multar i inhabilitar càrrecs que incompleixin les seves sentències i resolucions.

Finalment, la presència en portada de la corrupció evoluciona de més a menys al llarg del període estudiat. De manera similar al tema de la Justícia, durant la primera setmana és quan es registra una presència més elevada d'aquest tema en les portades, quasi un 10%, com a conseqüència de l'escorcoll a CDC pel cas del 3% uns dies abans. Quan l'impacte informatiu d'aquest cas decau, també baixa la presència de la corrupció en portada. Així, a la segona setmana els destacats de portada sobre aquest

assumpte cauen a la meitat respecte de la primera (del 9,5% al 4,7%), mentre que en la tercera es redueixen a una quarta part (2,5%). En la darrera setmana la corrupció torna a guanyar presència, però si observem les portades d'aquells dies veiem que aquest increment no està relacionat amb la política catalana, sinó amb l'embarcament de béns a Rodrigo Rato per presumpte blanqueig de capitals. Sense l'esclat d'aquesta notícia, la temàtica de la corrupció es mantindria a un nivell similar o fins i tot inferior al de la tercera setmana.

El protagonisme destacat que tenen en les setmanes estudiades els temes sobre el procés sobiranista i les eleccions, clarament desmarcats de la resta en percentatge, ens convida a analitzar-los més a fons. Per això hem elaborat dos nous gràfics que ens permetran veure quina cobertura fa cada mitjà d'aquest dos assumptes en les quatre setmanes analitzades.

Gràfic 2. Presència del procés sobiranista en portada segons el nombre d'impactes. Resultats expressats en %

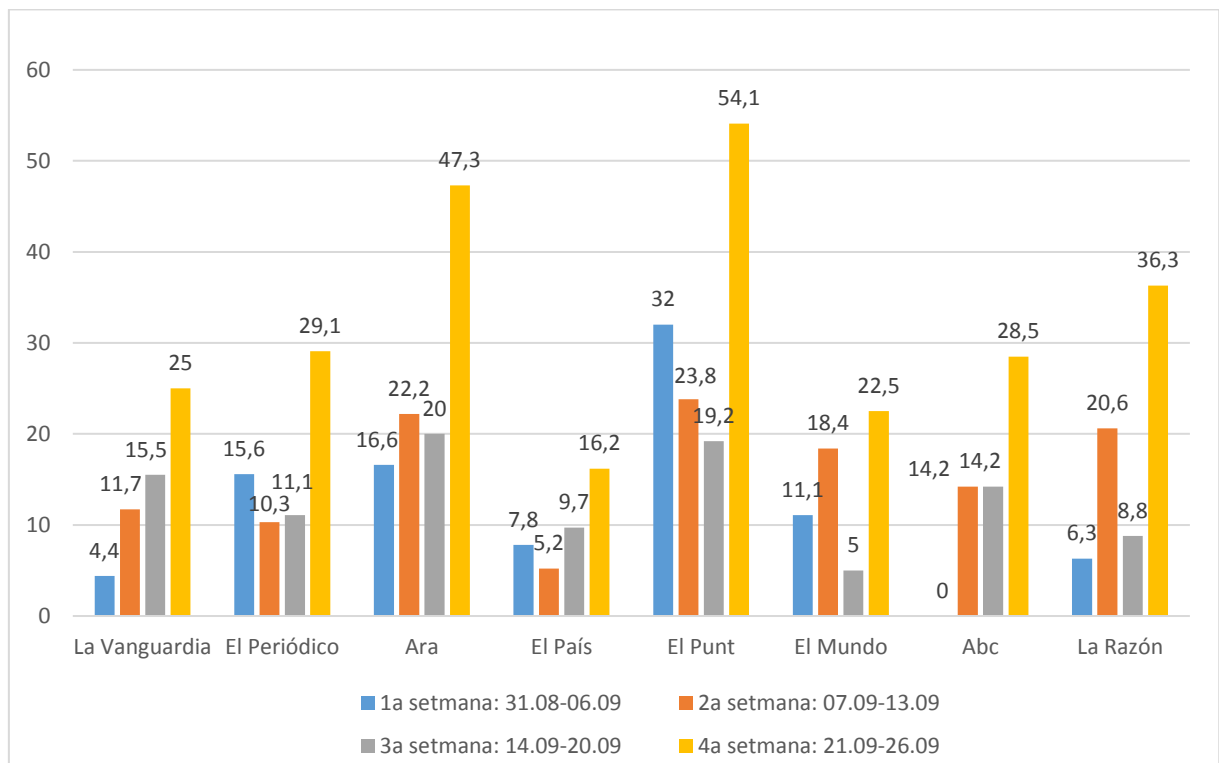


Si observem el Gràfic 2 veurem l'evolució de la presència del procés en portada en cada diari, en funció del percentatge d'impactes respecte el total de destacats informatius de portada. Desglossat d'aquesta manera, constatem ràpidament que cada mitjà té una dinàmica pròpia i que la tendència informativa ascendent d'aquest tema, que semblava tan clara en el Gràfic 1, no ho és tant si ens ho mirem diari per diari. En tots els diaris catalans la presència d'aquest assumpte presenta oscil·lacions canviants que no permeten deduir-ne un patró clar, i només en dos dels diaris editats a Madrid, El País i El Mundo, s'hi observa una línia de creixement clara. Si en el Gràfic 1 el procés sobiranista presenta la màxima presència en la darrera setmana és, sobretot, per la gran cobertura que li donen El Punt i l'Ara, sumat al notable percentatge que s'observa també a l'Abc. Tot i així, en cap d'aquests tres diaris, que són els

que fan un seguiment més ampli en portada del procés sobiranista, la darrera setmana és la que aquest tema troba un major ressò: a l'Ara i El Punt Avui el pic més elevat el marca la segona setmana, que coincideix amb la diada i la manifestació de l'Onze de Setembre, mentre que en l'Abc és la tercera. Sigui com sigui, malgrat que no trobem al gràfic una tendència coincident en el tractament en portada del procés sobiranista per part dels diferents mitjans, sí que s'hi percep clarament el protagonisme destacat que donen a aquest assumpte els tres diaris que hem esmentat anteriorment: Ara i El Punt Avui de manera molt marcada i, en dues de les quatre setmanes analitzades, el diari madrileny Abc. Per contra, els nivells de cobertura de la resta de mitjans, siguin catalans o amb la seu a Madrid, és molt més proper i equiparable.

Un darrer apunt. En alguns dels diaris analitzats, i particularment en tres -Ara, Abc i La Razón-, es poden observar oscil·lacions molt fortes entre els percentatges de cada setmana. En la resta de diaris, per contra, les variacions són molt menys dramàtiques. Aquest comportament singular de tres diaris es deu, creiem, al fet que es tracta de publicacions que tenen un disseny de portada que inclou poques notícies. Això fa que el percentatge de presència de cada tema pateixi canvis notables d'un dia per l'altre. En aquest sentit, és significatiu que les variacions més fortes corresponguin al diari Abc, ja que aquest mitjà, durant el període estudiat, normalment dedica la portada a un únic tema.

Gràfic 3. Presència de les eleccions en portada segons el nombre d'impactes. Resultats expressats en %



El tercer gràfic ens permet veure l'evolució del tractament en portada de les eleccions per part dels diferents diaris en les quatre setmanes que hem estudiat. Un cop més, tal com passava en el Gràfic 2 sobre el procés sobiranista, quan analitzem la progressió d'aquest tema publicació per publicació ens adonem que no hi ha un patró evolutiu comú de tots els mitjans en les quatre setmanes: cada diari presenta unes oscil·lacions pròpies i, de fet, només l'Ara mostra un esquema similar a la línia d'evolució que havíem vist sobre aquest tema en el Gràfic 1, on es recollia el percentatge de mitjana entre totes les publicacions. Malgrat tot, i a diferència del Gràfic 2, sí que hi ha una coincidència clara en un aspecte, que salta ràpidament a la vista: el fort increment de presència en portada del tema de les eleccions en la darrera setmana analitzada, que coincideix amb la recta final dels comicis. Encara que sigui en percentatges i proporcions variables, en tots els diaris aquest assumpte es dispara en portada en els darrers 7 dies, superant de manera clara i destacada la presència de les setmanes anteriors i assolint uns percentatges que, en alguns casos, arriben a doblar els vistos anteriorment.

5.4. Evolució temàtica per superfície

En explicar la metodologia que hem seguit per recollir les dades que ens han permès elaborar aquest estudi, comentàvem que cada retall de portada s'ha classificat en funció del tema o temes a què feia referència i, a més, se n'ha anotat la superfície ocupada, expressada en la forma d'un percentatge que ens indica l'àrea ocupada respecte la superfície total de la portada. A partir d'aquesta segona variable, ara analitzarem l'evolució temàtica de les portades en les quatre setmanes estudiades a partir de la superfície que han ocupat els 5 temes polítics principals més vinculats a la política catalana. Això ens permetrà veure si hi ha una correlació més o menys directa entre l'evolució que experimenta un tema en portada i la superfície que se li destina. Igualment, també ens servirà per veure la superfície que destinen en portada els diferents diaris als dos temes que hi apareixen més en el període estudiat: el procés sobiranista i les eleccions.

Seguint el model de l'apartat anterior, valorarem l'evolució dels 5 primers temes apareguts a les portades que considerem més rellevants des del punt de vista de la política catalana: procés sobiranista, eleccions, partits polítics, justícia i corrupció. Per tant, obviarem novament els temes de les relacions internacionals i la immigració, perquè tot i ser el tercer i el cinquè tema que més apareixen a les portades, la seva presència és fruit, quasi exclusivament, de la gestió que Europa feia de les onades de refugiats que fugien de la guerra de Síria.

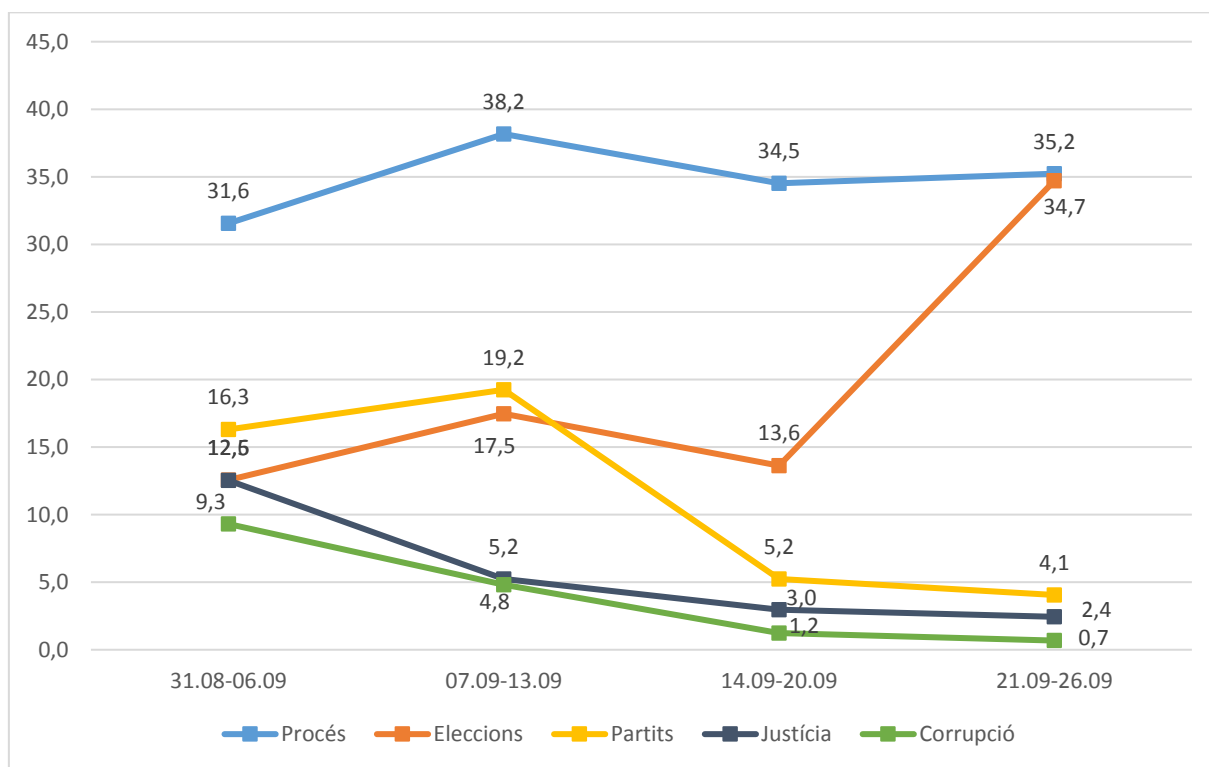
En la següent taula mostrem quin ha estat el percentatge de presència en portada d'aquests cinc temes en les quatre setmanes analitzades, a partir de la superfície que han ocupat els destacats de portada que hem catalogat d'acord amb aquestes temàtiques:

Taula 5. Percentatge de presència mitjana en portada segons la superfície ocupada

Setmana	Procés sobiranista	Eleccions	Partits	Justícia	Corrupció
31.08-06.09	31,6	12,6	16,3	12,5	9,3
07.09-13.09	38,2	17,5	19,2	5,2	4,8
14.09-20.09	34,5	13,6	5,2	3,0	1,2
21.09-26.09	35,2	34,7	4,1	2,4	0,7

Traslladant les dades d'aquesta taula en un gràfic de línies, obtenim aquest resultat:

Gràfic 4. Evolució temàtica per setmanes segons la superfície



D'acord amb les dades que ens proporciona el Gràfic 4, el procés sobiranista és el tema que ha ocupat més espai a les portades dels diaris durant el període estudiat, amb percentatges d'ocupació de superfície sempre superiors al 30% i amb un pic molt clar en la segona setmana, en què s'eleva fins al 38%. Aquest cim coincideix amb els dies anteriors i posteriors a la festivitat de l'Onze de Setembre, i segurament reflecteix el generós tractament en portada de molts mitjans a la multitudinària manifestació independentista convocada aquell dia. El segon tema més destacat són les eleccions, que arrenquen amb una presència força més modesta, menys de la meitat de la superfície que té el procés, però es dispara a la darrera setmana, en què pràcticament iguala el tema més present en les portades.

La tercera temàtica amb més presència, els partits, segueix una evolució contrària al de les eleccions. Comença amb una presència significativa, del 16,3%, que creix fins a ocupar gairebé el 20% de la

superfície de les portades en la segona setmana, coincidint amb l'inici de la campanya electoral i la publicació de les primeres enquestes, entre elles la del CIS, a les quals es dedica un ampli espai. A part, també cuegen encara algunes notícies vinculades al possible cas de corrupció del 3%. A la tercera setmana, però, l'espai en portada ocupat per notícies vinculades als partits cau en picat fins al 5,2%, i baixa encara una mica més en la quarta. Pel que fa al quart i al cinquè tema, la justícia i la corrupció, tenen una evolució pràcticament paral·lela que va clarament de més a menys i que s'explica per l'esclat del cas del 3% just abans de l'inici del període estudiat. Això fa que ambdós assumptes tinguin la màxima ocupació de la superfície de portada en la primera setmana i que després, de mica en mica, vagin perdent presència.

Si comparem aquest gràfic sobre l'evolució dels temes a partir de la superfície ocupada amb el Gràfic 1, sobre l'evolució temàtica en funció dels impactes registrats, ens adonem de seguida que hi ha una clara correlació entre ambdues variables. No podem parlar d'una coincidència exacta entre el nombre d'impactes i la superfície que aquests ocupen, però entre l'evolució d'uns i altres hi ha una concordança evident. En cap cas no hi veiem recorreguts massa dispersos ni, sobretot, contradictoris. Si ens fixem, per exemple, en el tema més present en les portades, el procés sobiranista, observem que tant en nombre d'impactes com en superfície ocupada obté percentatges de presència molt similars, a vegades quasi coincidents, que es mouen entre el 28 i el 35%. A més, en tots dos gràfics aquest paràmetre mostraria una progressió ascendent molt similar si no fos per la punta que el procés marca en superfície la setmana de l'Onze de Setembre, i que reflecteix les grans portades que molts mitjans van dedicar als actes organitzats al voltant d'aquesta data.

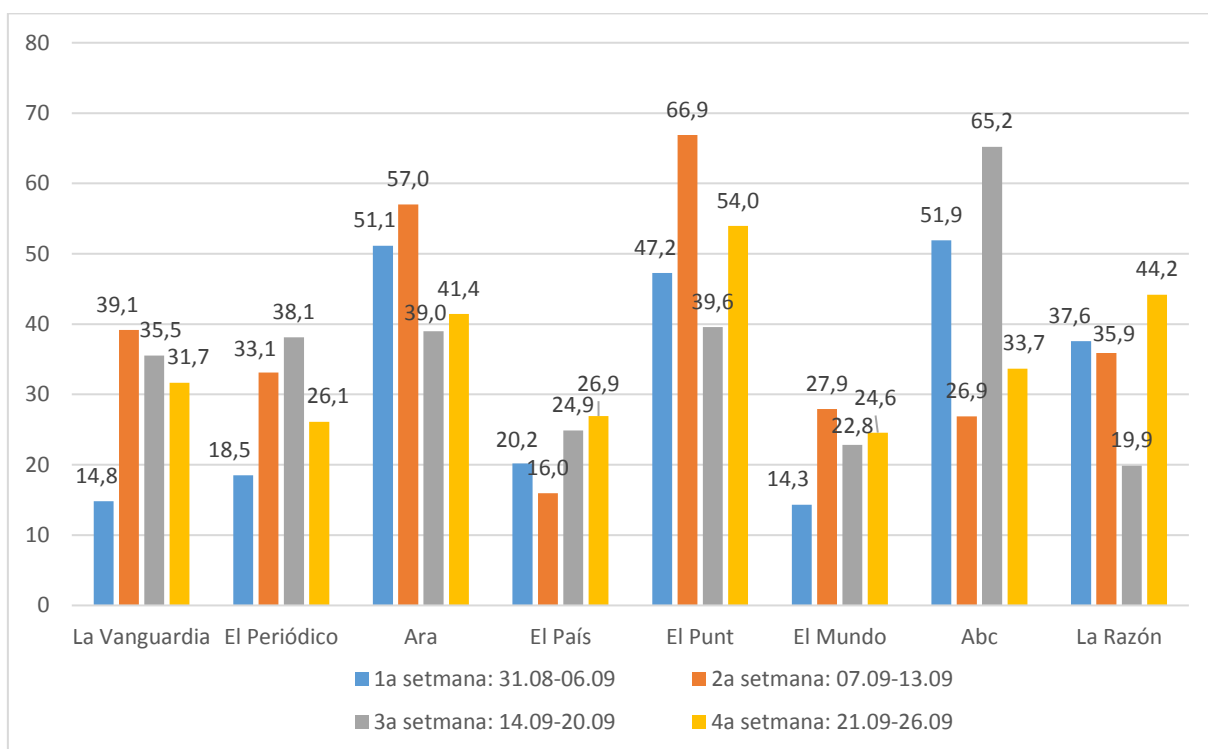
En el segon tema més present a les portades, les eleccions, és on trobem una associació més alta entre l'evolució del nombre d'impactes i la de la superfície ocupada. Els percentatges de presència tant en el gràfic de la primera variable com en el de la segona són pràcticament idèntics, i la diferència entre un i altre és només de poques dècimes. Podem deduir, per tant, que els impactes de portada que ens informen de les eleccions tenen unes dimensions més estables i constants que els destacats dels altres temes.

Pel que fa a les notícies sobre els partits polítics, el seu indicador en les dues gràfiques segueix una evolució molt similar. La principal constatació que ens permet extreure el Gràfic 4 és que els destacats de portada sobre aquest tema, quan apareixen, tenen unes dimensions força considerables en tres de les quatre setmanes estudiades, ja que en elles els percentatges d'ocupació de superfície sempre són superiors als que registren el nombre d'impactes. Destaca especialment la segona setmana, on la diferència entre el percentatge de presència per impactes i per superfície és de més d'un 3% a favor d'aquesta última. El gran desplegament de les portades informatives sobre enquestes en diferents diaris podrien explicar aquesta diferència. D'altra banda, la caiguda que experimenta aquest tema en la tercera setmana, tot i que és coincident en tots dos gràfics, és més contundent en la superfície que ocupa en les portades que en relació al nombre d'impactes. En la quarta, per contra, aquests termes s'inverteixen.

Finalment, el Gràfic 4 sobre l'ocupació d'espai en portada dels temes de la Justícia i la Corrupció permeten confirmar la clara tendència a la baixa d'aquests dos temes a partir de la segona setmana i especialment de la tercera. Si en el Gràfic 1, on es registraven el nombre d'impactes, els percentatges de notícies sobre aquests dos temes en les setmanes 3 i 4 ja era poc significatiu, entre un 2,5 i un 5% segons la setmana i el tema, si les valorem segons l'espai ocupat en les portades la seva presència esdevé pràcticament testimonial, ja que en aquestes dues darreres setmanes els percentatges de tots dos temes no superen el 3%. El decalatge que s'observa entre el nombre d'impactes i la superfície que ocupen ens indica que les poques notícies que apareixen sobre justícia i corrupció al final del període estudiat ho fan en titulars de mida reduïda que queden poc destacats en les primeres pàgines.

Un cop analitzada l'evolució dels cinc temes principals segons la superfície que han ocupat a les portades, i després de comparar aquestes dades amb l'evolució segons els impactes, ara volem valorar també com han evolucionat la superfície que ha destinat cada diari als dos temes més presents a les portades, el procés sobiranista i les eleccions, tal com hem fet en l'apartat anterior.

Gràfic 5. Presència del procés sobiranista en portada segons la superfície ocupada. Resultats expressats en %



Al Gràfic 5 podem veure novament l'evolució de la presència del procés en portada en cada diari, ara comptabilitzada en funció del percentatge de superfície ocupada respecte el total de destacats informatius de portada. Com passava en el gràfic anàleg número 2, quan es desglossen les dades d'aquesta manera es constata que cada mitjà té una dinàmica pròpia i autònoma que, en general, no segueix la línia evolutiva general d'aquest tema que havíem vist en el gràfic anterior. De fet, l'únic mitjà on l'evolució per setmanes del procés segueix un esquema evolutiu similar al que hem vist en el Gràfic

4 és El Mundo. La resta en difereixen en major o menor mesura. Tot i així, observant el Gràfic 5 queda clar per què la segona setmana marca la màxima presència del procés sobiranista en superfície: en aquest període trobem els pics més elevats d'espai dedicat al procés, amb molta diferència, en les portades de l'Ara i El Punt Avui, els dos diaris que informen més àmpliament sobre el procés. També és la setmana amb un percentatge de presència més elevat en La Vanguardia i a El Mundo. En la resta de les setmanes hi ha més disparitat entre uns diaris i uns altres.

Si comparem el Gràfic 5 amb el seu anàleg número 2, podem veure la correlació que hi ha entre la proporció d'impactes que cada diari dedica al procés en les quatre setmanes estudiades i la superfície que ocupen aquests impactes en l'espai de portada de cada publicació. En general, s'observen disparitats notables entre els registres d'una variable i d'una altra, tot i que en cap cas podem parlar de resultats contradictoris o oposats. El que podem constatar és que en la majoria de diaris l'evolució percentual en superfície del procés difereix de la dels impactes perquè en una o dues setmanes de les quatre estudiades la superfície es dispara o es queda curta en proporció al nombre d'impactes d'aquells dies.

En el cas de La Vanguardia, per exemple, la proporció entre superfície i impactes és molt semblant en les dues darreres setmanes. En canvi, en la primera s'observa que l'espai que el diari destina a les notícies sobre el procés és proporcionalment força menor al nombre d'impactes que s'hi registren. Però la diferència entre un valor i l'altre és especialment dispar en la segona setmana, la de l'Onze de Setembre, on trobem el menor percentatge d'impactes sobre el procés de tot el període però aquests ocupen, paradoxalment, la major superfície que el diari destina al procés en les seves portades en tot el període. Això ens permet afirmar, doncs, que els actes multitudinaris organitzats a l'entorn de la Diada Nacional provoquen que aquesta publicació destini un espai a la portada excepcionalment ampli al tema del procés si el comparem al que trobem en les altres setmanes. No és l'únic mitjà en què la setmana de l'Onze de Setembre sembla alterar la línia evolutiva al llarg de les diferents setmanes que havíem vist en el gràfic sobre l'evolució per impactes. A El Mundo i El Punt la superfície de la segona setmana també es dispara en relació a la resta i això fa distanciar-los en aquest punt del gràfic 2 sobre l'evolució dels impactes. A El País, per contra, la superfície que ocupa al procés la segona setmana també es distancia de les proporcions que veïem en el gràfic sobre els impactes però pel motiu contrari: l'espai que rep el procés aquella setmana queda per sota de les altres i trenca la proporció ascendent que es dibuixava en el Gràfic 2.

Aquest decalatge a la baixa de la superfície destinada al procés en relació al percentatge d'impactes registrat s'observa en diferents mitjans. A l'Ara, per exemple, l'espai que ocupa el tema estrella de l'estudi segueix una proporció força equiparable als impactes excepte en la darrera setmana, que es queda molt més curta en espai que no en impactes. En el Gràfic 2 la setmana 4 marcava el segon valor més elevat sobre el procés, amb un 52,6% dels impactes, però en superfície, en canvi, aquesta setmana fixa el segon valor més baix de tots quatre, amb un 41,4%. Això ens permet concloure que el diari Ara dedica a la decisiva setmana de les eleccions un nombre de destacats de portades sobre el procés

similar al de les dues primeres, però que aquests destacats són de menors dimensions als que trobàvem en la primera quinzena del període estudiat.

A El Punt Avui, el diari que dedica una cobertura més àmplia sobre el procés, la setmana que es queda curta en superfície en comparació a la cobertura que aquest diari donava al procés en els impactes és la tercera, que és aquella en què el diari dedica menys espai a aquest tema i on s'observa un decalatge de més d'un 20% entre el percentatge d'impactes i el percentatge de superfície. Malgrat tot, en relació a aquest diari es pot fer una consideració interessant: el protagonisme destacat de El Punt Avui en la seva cobertura del procés a nivell d'impactes queda més matisat si en valorem l'espai que hi destina. Continua sent un dels diaris amb majors percentatges, però no queda tan desmarcat de la resta com sí que havíem vist en el Gràfic 2 en relació als impactes. Això creiem que es deu al fet que El Punt Avui és un dels diaris que té un disseny de portada amb un major nombre de destacats. Això implica que aquests retalls informatius siguin més petits que en altres diaris que informen de menys notícies en portada, i explica que l'espai que la publicació destina al procés quedi sempre per sota del percentatge dels impactes.

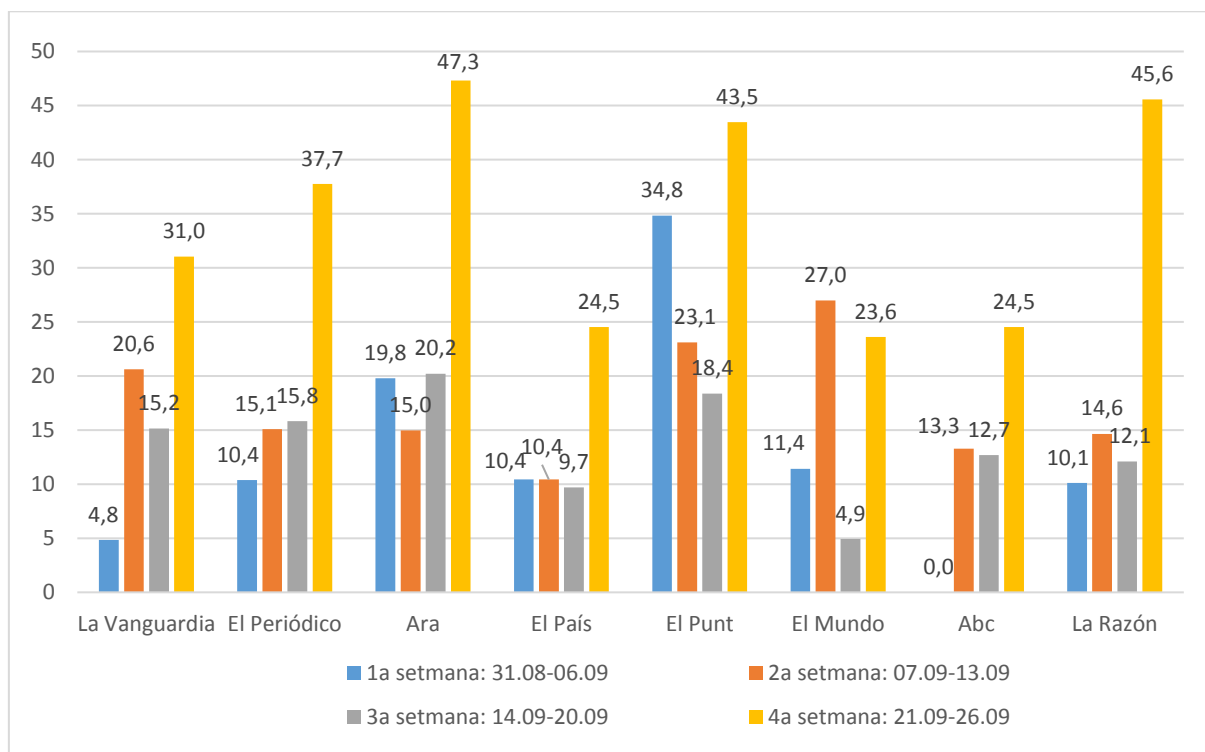
El disseny de pàgina i el nombre de destacats que aquesta inclou normalment també explica els resultats de l'anàlisi de la superfície que trobem a l'Abc. La relació entre l'evolució de la superfície i la dels impactes d'aquest mitjà és la més equilibrada que trobem entre totes les publicacions. I això es deu al fet que aquest diari informa normalment a les portades només d'un o dos temes, de manera que si el procés hi apareix normalment aquest ocupa tota la portada. Això explica que la proporció entre impacte i espai es mantingui tan semblant. A La Razón, un diari on també trobem pocs destacats de portada, també hi trobem esquemes evolutius molt similars en impactes i superfície, tot i que en el seu cas l'espai destinat al procés es dispara en la primera setmana, aspecte que l'allunya de les proporcions que havíem vist en el Gràfic 2.

Per acabar aquest apartat, veurem ara un nou gràfic sobre l'evolució del tema de les eleccions en cada diari durant les quatre setmanes analitzades d'acord amb el percentatge de superfície ocupada respecte el total de destacats informatius de portada.

Observant el Gràfic 6 ens adonem que, tal com passava amb el 5 i també amb el 2 i el 3, quan estudiem la progressió d'un tema publicació per publicació es posa en evidència que no hi ha un patró evolutiu comú de tots els mitjans en les quatre setmanes. Cadascú segueix unes dinàmiques pròpies que rarament coincideixen amb els resultats conjunts que ens reflectia el Gràfic 4. Tot i així, en el cas de l'evolució del tema de les eleccions sí que observem una coincidència molt clara entre totes les publicacions: el creixement extraordinari que experimenta aquest assumpte en la darrera setmana, la decisiva. En quasi totes les publicacions es dispara de manera extraordinària i en algunes d'elles arriba a acaparar gairebé la meitat de la superfície informativa en les portades d'aquells dies, com observem per exemple a l'Ara, El Punt o La Razón. En els dos diaris més llegits a Catalunya, La Vanguardia i El Periódico, l'espai que s'hi destina és menor, però igualment molt significatiu, superior al 30%. La menor superfície que rep aquest tema en portada la darrera setmana la trobem en alguns dels diaris editats a

Madrid, particularment El País, el Mundo i l'Abc, on frega però no arriba al 25%. De fet, aquests tres mitjans són dels que menys espai dediquen en portada a les eleccions catalanes al llarg de tot el període. En el cas de El Mundo, a part, observem una dada curiosa: aquesta publicació és l'única en què la darrera setmana no és la que obté un percentatge de superfície més gran. La supera la segona, amb un 27%, perquè és en aquests dies quan es dona inici a la campanya electoral i també coincideix amb la publicació de diferents enquestes, entre elles les del CIS i la que encarrega el mateix diari El Mundo.

Gràfic 6. Presència de les eleccions en portada segons la superfície ocupada. Resultats expressats en %



Si comparem ara l'evolució del tema de les eleccions als diaris segons la superfície amb el Gràfic 3 on es contemplava l'evolució d'aquest tema d'acord amb els impactes, podem valorar quina és la correlació que hi ha entre el nombre de destacats de portades que publiquen els diaris cada setmana i l'espai de les primeres pàgines que destinen a aquest tema. En una primera mirada s'observa de seguida que la relació entre els impactes de les eleccions i l'espai que se'ls destina és molt més proporcional que en el cas del tema del procés sobiranista. Hi ha moltes menys disparitats entre la línia evolutiva segons els impactes i la línia evolutiva segons les superfícies de les eleccions de les que es podien observar en els gràfics 2 i 4 sobre el procés. L'elevat nombre d'impactes sobre les eleccions de la darrera setmana es correspon també amb un àmplia superfície destinada a les portades, com ja hem comentat. Pel que fa a la resta de les setmanes, en la majoria de diaris l'espai que s'hi destina manté la línia i les proporcions que havíem vist en els impactes reflectits en el Gràfic 3. On s'observen més divergències és en el comportament de la segona setmana, que guanya protagonisme en superfície en

comparació amb el percentatge en impactes en diversos diaris: La Vanguardia, El Periódico, El País i El Mundo. Significativament, es tracta de diaris que publiquen enquestes pròpies en aquells dies o que es fan un ampli ressò de la que difon el CIS el dia 10 de setembre. Significativament, també, l'únic diari on s'observa un decaïment important a la baixa entre la superfície i el nombre d'impactes sobre les eleccions la segona setmana és el diari Ara, que és l'únic, juntament amb El Punt, que no es fa ressò en portada de l'enquesta del CIS ni tampoc en publica cap de pròpia.

5.5. Ponderació temàtica per impactes

La importància que cada diari atorga als diferents temes, assignant-los més o menys presència, no arriba de la mateixa manera a l'opinió pública. El principal factor que intervé en la major o menor difusió d'un tema és l'audiència del mitjà. Podem, per tant, utilitzar l'audiència per ponderar l'impacte dels temes prioritzats a les portades. Per fer-ho, utilitzarem les dades que s'extreuen de la pregunta 16c de la tercera onada del Baròmetre d'Opinió Política de 2015. El treball de camp d'aquesta enquesta es va realitzar del 5 al 27 d'octubre, pocs dies després, per tant, de les eleccions del 27 de setembre al Parlament de Catalunya. En la pregunta que ressenyem es demana als enquestats quin és el diari que llegeixen amb més freqüència. Aquesta qüestió deriva d'una demanda multiresposta prèvia, la 16, on es pregunta als enquestats a través de quins mitjans s'informen sobre política:

Taula 6

“Vostè a través de quins mitjans s'acostuma a informar de temes polítics?”

Mitjà	%
Televisió	82,9
Ràdio	37,8
Premsa	46,0
Internet	32,9
Amics, coneguts, familiars	35,2
No m'informo de temes polítics	2,1

Font: BOP 3a onada 2015

Respostes a la pregunta 16.

Filtrant el 46% d'enquestats que diuen que s'informen de temes polítics a través de la premsa, se'ls formula a continuació la pregunta 16c, que és la que interessa en aquest estudi perquè permet saber quina és l'audiència dels mitjans que hem analitzat entre els catalans que han estat enquestats per al BOP. Els resultats a aquesta qüestió són els següents:

Taula 7

“Quin diari llegeix amb més freqüència?”

Publicació	%
La Vanguardia*	30,4
El Periódico*	25,7
Ara	10,5
El País	5,9
El Punt Avui	4,8
El Mundo	2,9
Abc	0,4
La Razón	0,2

Font: BOP 3a onada 2015

Respostes a la pregunta 16c.

*El percentatge d'aquestes dues publicacions és el resultat de sumar les xifres d'audiència de les dues edicions de cada mitjà, en català i en castellà. Aquesta distinció present en l'enquesta original és obviada aquí per obtenir el resultat global d'audiència de cada mitjà.

Un cop disposem d'aquestes dades, per realitzar la ponderació hem multiplicat la proporció de la portada per a cada informació amb el percentatge de lectors del diari (pregunta 16c del BOP de la tercera onada de 2015), en termes absoluts:

$$\text{Importància ponderada/tema} = |\text{Freqüència de portada/tema}| \cdot |\text{Audiència/mitjà}|$$

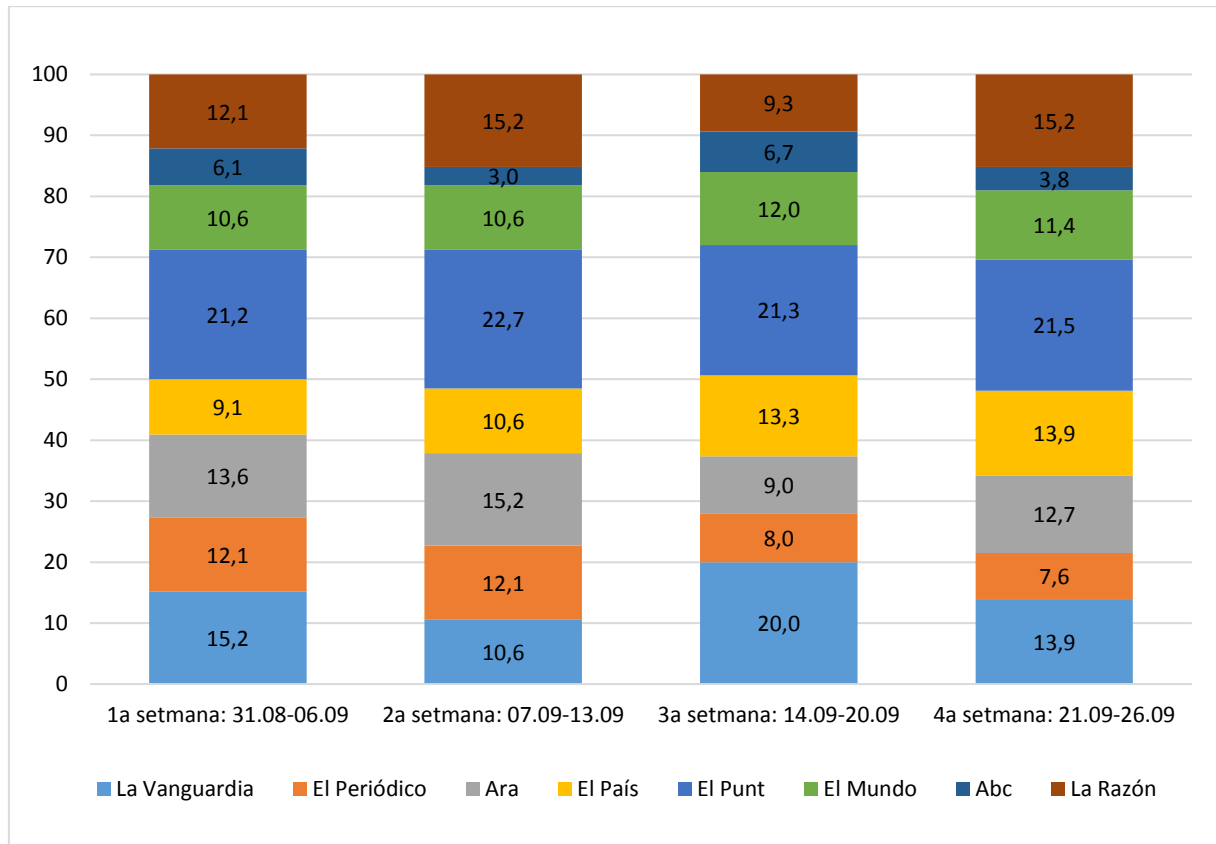
El resultat agregat per al conjunt de publicacions ens indica la importància dels diferents temes en la forma que arriben a l'opinió pública. I l'evolució d'aquest indicador permet fer-nos una idea de quins temes informatius prenen més importància en la seva emissió per part del conjunt dels mitjans.

A continuació us mostrem en diversos gràfics quina ha estat la presència dels dos temes més difosos pels mitjans, el procés sobiranista i les eleccions, en les portades dels diaris quantificant-la en funció de l'audiència de cada mitjà. Com en el cas de l'evolució, ho presentem agrupat per setmanes.

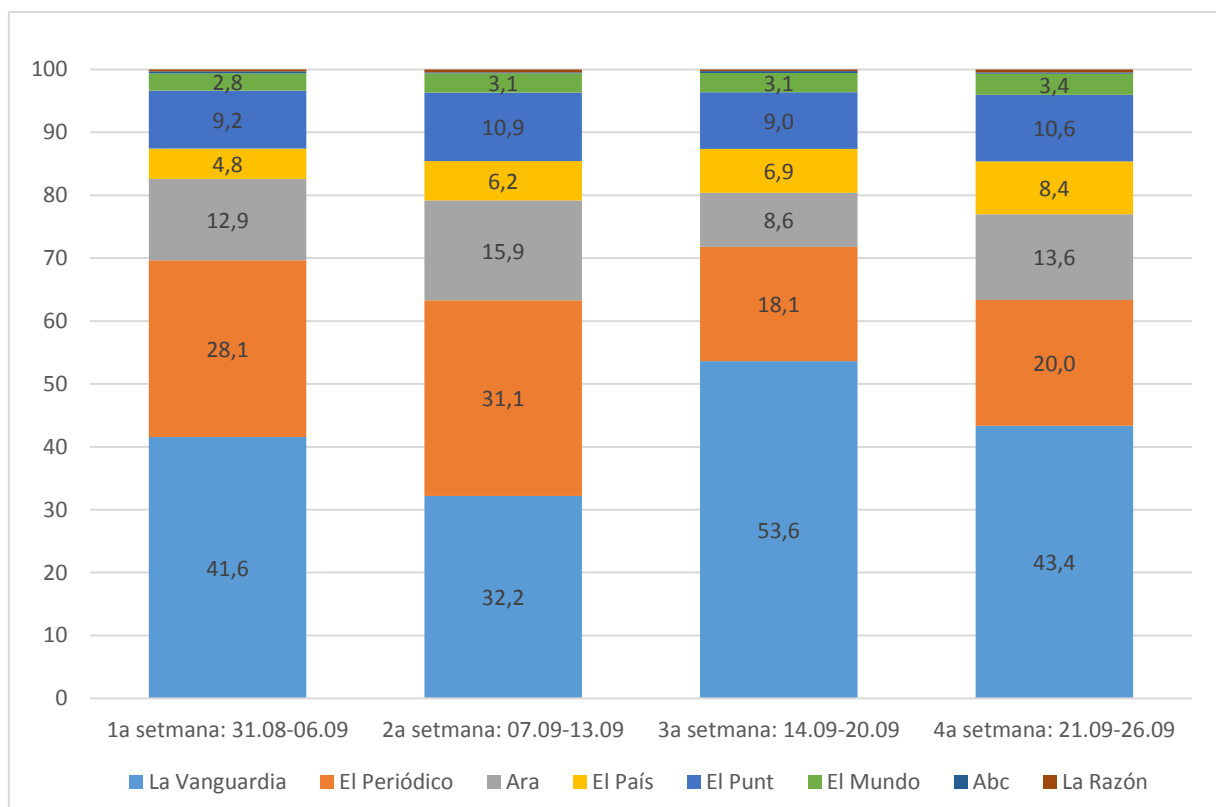
En un primer gràfic, el número 7, presentem l'evolució proporcional de la presència del procés sobiranista a les portades de cada diari. La diferent amplada de cada mitjà en la columna marca el pes que tenen els seus destacats de portada respecte el total d'impactes sobre el procés d'aquella setmana, d'acord amb les xifres absolutes i sense que s'hagi fet la ponderació segons l'audiència. Si mirem el gràfic, veiem que hi ha un repartiment força proporcionat dels impactes totals entre les diferents publicacions, ja que la majoria n'acaparen habitualment entre un 10 i un 15%. Per la banda alta destaca especialment El Punt Avui, que no baixa mai del 20% del total dels impactes, i en menor mesura La Vanguardia, l'Ara i La Razón, que superen el 15% en diverses ocasions. Entre els mitjans que concentren menys impactes destaca l'Abc, que com que fa portades quasi monotèmàtiques té una xifra total de retalls setmanals molt baixa en comparació amb altres diaris, i en menor mesura El Periódico i El Mundo, que no superen el 12% i en molts casos freguen o baixen del 10%.

Si comparem les dades del Gràfic 7 amb les del Gràfic 8, observarem el diferent impacte que tenen les notícies sobre el procés sobiranista en funció de l'audiència de cada mitjà. Segons aquesta ponderació, La Vanguardia i El Periódico passen a ser els que tenen més impacte i influència sobre l'audiència perquè són, amb diferència, els més llegits, tot i que no sempre són els que informen més àmpliament sobre el procés. És especialment significatiu el cas d'El Periódico, que passa a ser de manera clara el segon més influent, malgrat que és dels que informa menys sobre el procés i dels que acumula menys percentatge de destacats de portada sobre el total. D'altra banda, l'impacte informatiu sobre el procés del diari El Punt Avui, tot i que continua sent significatiu, perd força i és clarament superat pel de les notícies publicades en els dos diaris amb major audiència. Pel que fa al diari Ara, en ser el tercer més llegit i tenir una audiència que es troba a mig camí entre els dos grans i els menys llegits, és el que té una correlació més equilibrada entre el total de presència sense ponderar i la seva influència un cop valorat el seu impacte en funció de l'audiència. Només cal comparar els dos gràfics per veure que els percentatges entre l'un i l'altre amb prou feines varien. Finalment, amb les dades ponderades a la mà, l'impacte sobre l'audiència catalana de les notícies sobre el procés publicades als diaris editats a Madrid esdevé gairebé inexistent, a causa de l'escassa difusió d'aquestes capçaleres en el territori català. Si la reducció del pes de diaris com El País o El Mundo ja és molt evident en comparar les dades ponderades i sense ponderar, en el cas d'ABC i La Razón el seu descens és encara més abrupte i frega pràcticament la irrellevància. L'escàs nombre d'enquestats que diuen llegir l'ABC i La Razón en el Baròmetre d'Opinió Política del CEO explica que, en les dades ponderades per difusió, el pes d'aquests dos mitjans sigui testimonial.

Gràfic 7. El procés: percentatge del pes dels impactes de cada diari, sense ponderar



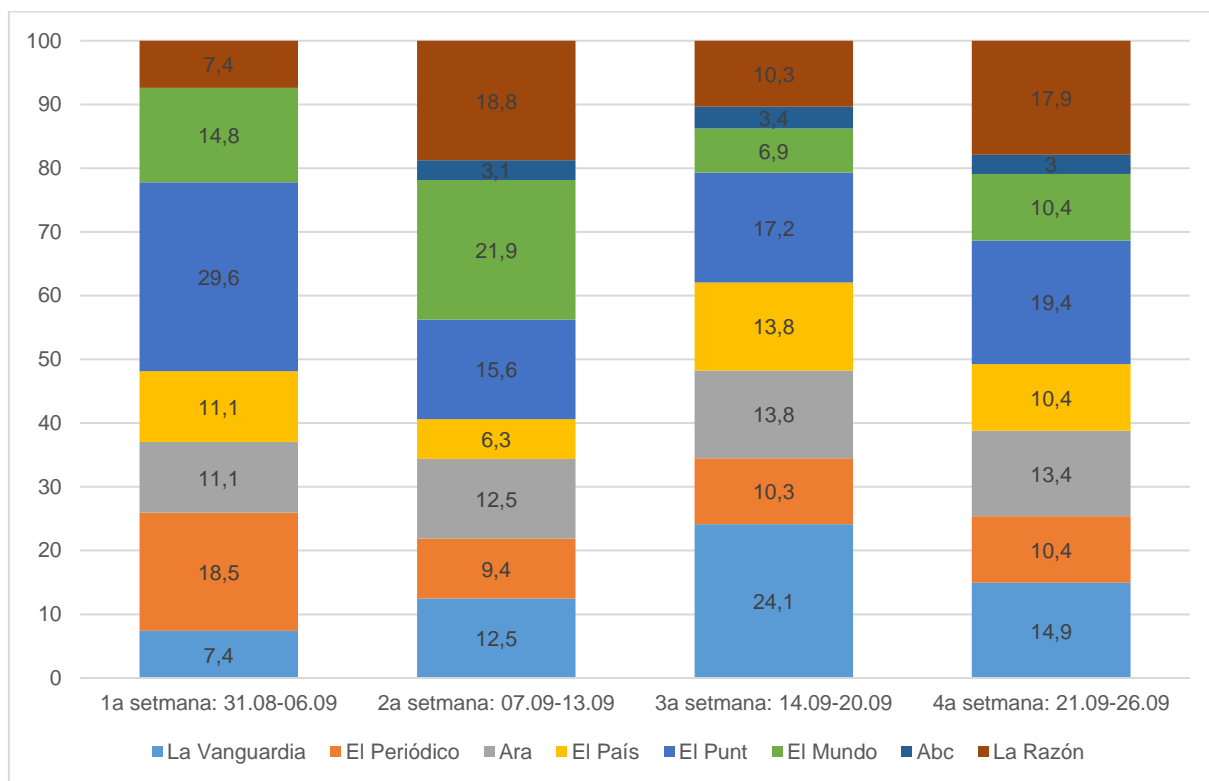
Gràfic 8. El procés: percentatge del pes dels impactes de cada diari, ponderat per l'audiència



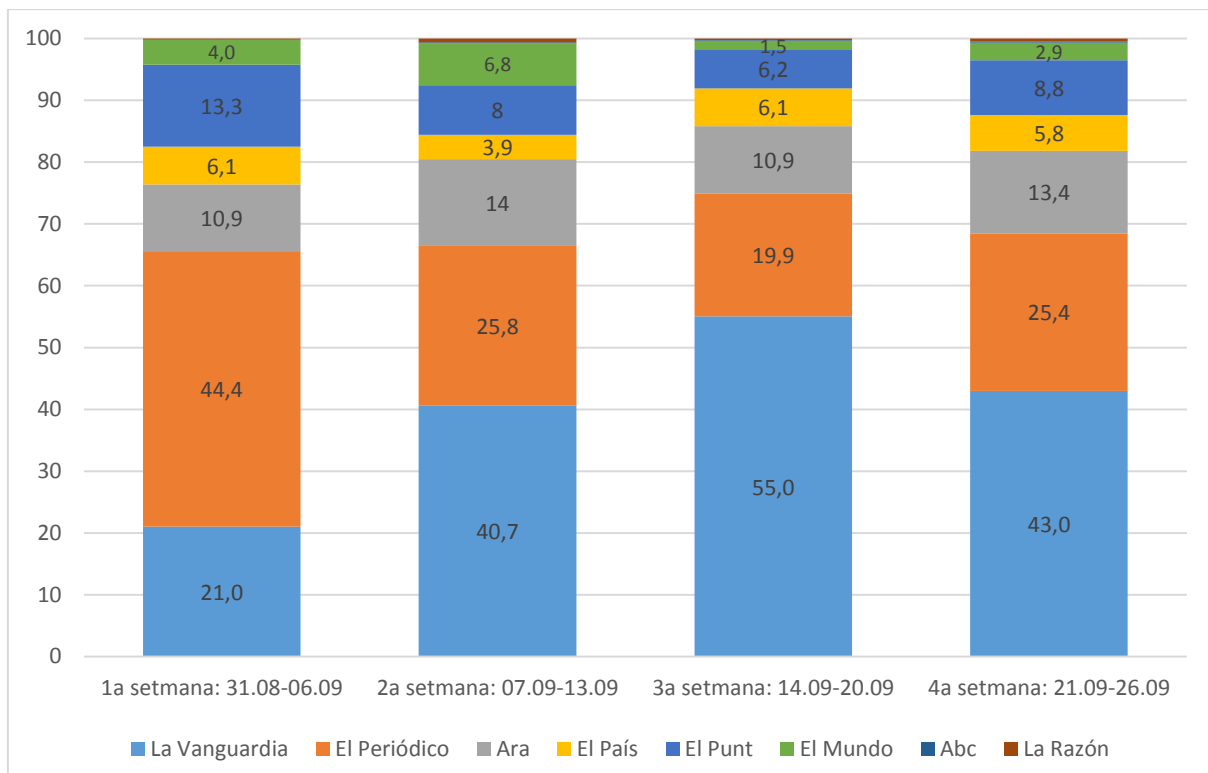
Els gràfics 9 i 10 ens mostren la presència i l'evolució proporcional de la temàtica electoral en les portades dels 8 diaris generalistes que es venen a Catalunya. En el gràfic 9 es mostren les dades absolutes, mentre que en el 10, aquestes xifres han estat ponderades en funció de l'audiència de cada mitjà. L'impacte d'aquesta ponderació és similar al que acabem de veure en relació al procés sobiranista. En xifres absolutes, El Punt Avui és el mitjà que ha informat més intensament en portada sobre la campanya electoral, mentre que la resta ho han fet en proporcions inferiors i, en general, força similars, tot i que sovint observem oscil·lacions molt grans entre una setmana i l'altra.

Si analitzem les dades en funció de l'audiència de cada mitjà segons el Baròmetre de l'Opinió Política, un cop més l'impacte de les notícies de portada de La Vanguardia i El Periódico supera àmpliament les de la resta de publicacions perquè la seva audiència és significativament més gran. Com en el cas del procés sobiranista, l'impacte ponderat d'El Punt Avui es redueix considerablement. Finalment, tal com passava amb el procés, les notícies sobre la campanya electoral publicades en les portades de la premsa madrilenya tenen un impacte mínim sobre l'audiència catalana a causa de l'escassa difusió d'aquestes capçaleres a Catalunya.

Gràfic 9. Les eleccions: percentatge del pes dels impactes de cada diari, sense ponderar



Gràfic 10. Les eleccions: percentatge del pes dels impactes de cada diari, ponderat per l'audiència



6. Anàlisi comparada: agenda mediàtica i agenda pública

Per saber si hi ha coincidències entre l'agenda mediàtica i l'agenda pública, en aquest apartat compararem les dades sobre els temes que han estat més presents a les portades dels diaris durant el període analitzat i les respostes que es desprenen de la primera pregunta de la tercera onada del Baròmetre d'Opinió Política (BOP) de 2015 del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) sobre quins són els principals problemes que té actualment Catalunya.

Tot i que les dades no tenen la mateixa naturalesa, és a dir, unes xifres provenen d'una enquesta d'opinió realitzada a 2.000 persones i les altres s'extreuen de l'anàlisi de les portades de vuit diaris durant 27 dies, sí que ens serveix per poder veure si hi ha alguna coincidència entre l'agenda pública i la dels mitjans de comunicació.

En el següent requadre mostrem diferents dades. A la columna de l'esquerra recollim els temes que han sortit a les portades dels diaris, amb el corresponent percentatge de presència d'acord amb el nombre d'impactes. A la columna de la dreta mostrem les respostes a la primera pregunta de la tercera onada del BOP de 2015 del CEO, que és la següent: "En la seva opinió, quins creu que són els principals problemes que té actualment Catalunya?".

Taula 8. Equivalència entre temes de portada i respostes codificades a la tercera onada del BOP de 2015 del CEO

Diaris: temes a les portades	% total	BOP: En la seva opinió, quins creu que són els principals problemes que té actualment Catalunya?	%
Procés sobiranista 36,08%	36,1	Relacions Catalunya-Espanya (3r problema)	30,2
Immigració	14,3	Immigració (8è problema)	4,9
Macroeconomia 5,53% Hisenda 2,32%	7,9	Funcionament de l'economia (2n problema)	34,6
Educació 2,06% Cultura 4,92%	7	Educació, cultura i investigació (7è problema)	8,6
Corrupció 5,2%	5,2	Corrupció (4t problema)*	21,8
Serveis socials 0,73% Pobresa 0,41%	1,1	Millorar polítiques socials (5è problema)	14,7
Relacions laborals 0,46% Atur 0,45%	0,9	Atur i precarietat laboral (1r problema)	55,9
Salut	0,5	Sanitat (6è problema)	9,2

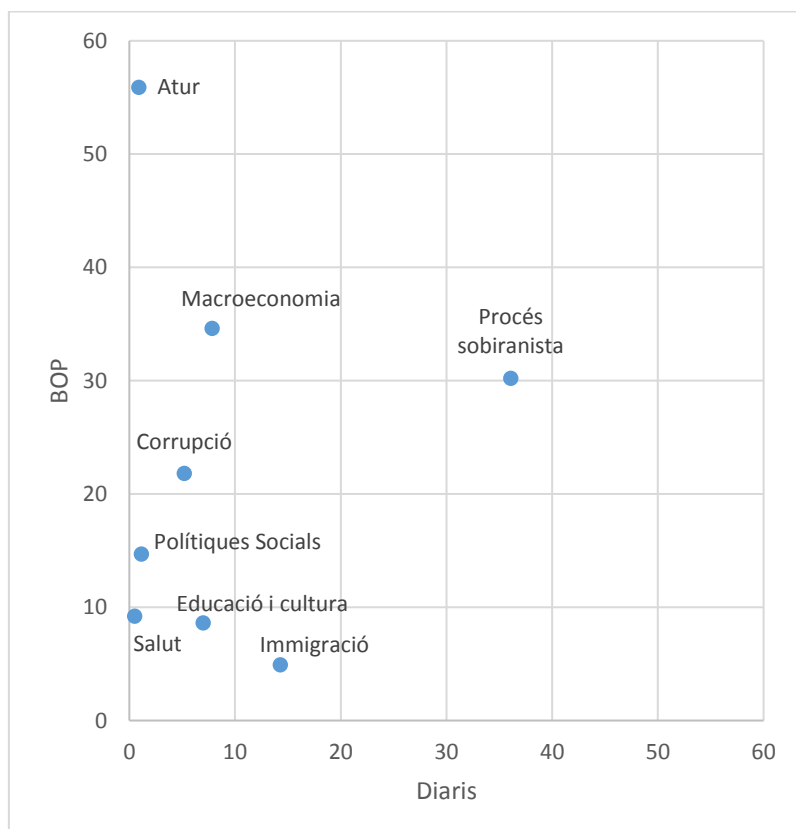
*El percentatge del problema de la corrupció està extret de la resposta "Insatisfacció amb la política" (37,2%). Els que responen la corrupció són un 21,8%.

*Les dades estan ordenades de major a menor segons el percentatge de presència en portada.

Establertes les equivalències entre les dues columnes, podem veure la diferència entre el pes que obtenen els temes a la portada dels diaris i el percentatge de les respostes de la primera pregunta del BOP. Observant les dades podem concloure que, en general, hi ha una escassa coincidència entre els problemes que els enquestats consideren més importants i els temes que la premsa diària destaca en les portades. Entre els assumptes amb més pes en les respostes del BOP, el que té un tractament més equilibrat a les portades en relació al nivell d'interès que desperta entre els enquestats és, justament, el tema estrella del període estudiat: el procés sobiranista. Concretament, veiem que un 30% dels enquestats consideren que aquest tema és un dels principals problemes que té actualment Catalunya i, justament, les notícies que s'hi vinculen apareixen en un 36% dels destacats de les portades del període estudiat. La proporció, doncs, és força similar. En la majoria dels altres temes, per contra, el decalatge entre l'interès de l'opinió pública i presència a les portades és molt gran. L'atur, per exemple, que segons el BOP preocupa al 55,9% dels enquestats, té una presència a les portades inferior a l'1%. A part del procés sobiranista, l'únic tema on veiem un cert equilibri entre l'interès dels enquestats i la presència a les portades és educació i cultura, tot i que es tracta d'un assumpte que preocupa un percentatge d'enquestats força més baix (el 8,6%, per un 7% d'impactes de portada).

Per veure amb una mica més de claredat aquesta equivalència entre els temes i els problemes, hem reflectit les dades d'aquesta taula en el següent gràfic de dispersió. A l'eix vertical hi trobem el BOP, les dades extretes de la pregunta sobre els problemes que té actualment Catalunya, i a l'eix horitzontal hi ha els "Diaris", és a dir, el percentatge de presència dels temes a les portades.

Gràfic 11. Equivalència entre els principals problemes i els temes de portada



Analitzant aquest gràfic de dispersió, podem treure les següents conclusions:

En primer lloc, el procés sobiranista és la temàtica més present a les portades dels diaris durant el període analitzat, amb un 36,1% de mitjana. Aquesta qüestió ha estat el tema estrella durant la precampanya i campanya electoral. La forta presència d'aquesta temàtica als diaris també es reflecteix en l'opinió pública, ja que el 30,2% dels catalans considera que les relacions entre Catalunya-Espanya són el quart principal problema que actualment té Catalunya. Per tant, podem dir que sobre aquesta qüestió hi ha una certa coincidència, com podem veure reflectit en el gràfic: el punt que correspon al procés sobiranista és un dels que més s'acosten a la diagonal imaginària on es troba la convergència entre els problemes que els enquestats consideren que té Catalunya (BOP) i la seva presència a les portades (Diaris). Només hi ha un tema on l'aproximació entre aquestes dues variables sigui més coincident i, per tant, estigui més proper a la diagonal. Es tracta d'educació i cultura, considerat com un dels principals problemes per un 7% dels enquestats (percentatge que resulta de la suma del 2,06% que esmenten l'educació com a problema i el 4,92% que citen la cultura) i que té una presència a portada del 8,6%. La coincidència, per tant, és quasi exacta. Tot i així, la rellevància pública d'aquest problema en el BOP és molt menor que el procés sobiranista, que té un predomini clar en les portades i és el tercer problema en rellevància per als catalans enquestats.

A diferència del procés sobiranista, en el gràfic de dispersió la majoria de punts temàtics queden concentrats a l'esquerra del dibuix, alguns d'ells molt a prop o quasi sobre la línia del BOP. Això significa que bona part dels problemes que citen els enquestats al Baròmetre tenen un ressò molt escàs a les portades dels diaris. Dit d'una altra manera, l'impacte que tenen aquests temes en portada és molt menor que l'interès que manifesten els ciutadans enquestats per aquestes problemàtiques. Això evidencia un efecte força relatiu de l'*agenda setting*, ja que els mitjans de comunicació i l'opinió pública coincideixen en els temes que formen part de l'agenda però no en l'ordre de les seves prioritats, ja que no tenen el mateix pes ni mediàtic ni a l'opinió pública. És el cas, per exemple, de l'atur, que segons les dades del BOP és el principal problema que té actualment Catalunya (55,9%), mentre que als diaris aquesta temàtica ha ocupat només en un 0,91% de l'espai de les portades analitzades. El mateix decalatge veiem en el funcionament de l'economia, que és un dels principals problemes segons el 34,6% dels enquestats però té una presència de portada de només un 7,9% (fruit de la suma de dos temes: macroeconomia 5,53% i hisenda 2,32%), o amb la corrupció, quart problema més citat pels enquestats, amb un 21,8%, però que només apareix en un 5,2% dels destacats de portada analitzats, i això que en les setmanes estudiades esclaten diferents casos de corrupció.

Amb la immigració, per contra, passa el contrari. La preocupació dels enquestats per aquest tema ha baixat de forma significativa en els darrers anys, i en el BOP de la tercera onada de 2015 només el 4,9% dels enquestats la consideren un dels principals problemes de Catalunya. De fet, ocupa la vuitena i darrera posició en el rànquing. Per contra, en el període estudiat, aquest assumpte té una presència a les portades del 14,3%. Com hem explicat anteriorment, però, la notable presència d'aquest tema en

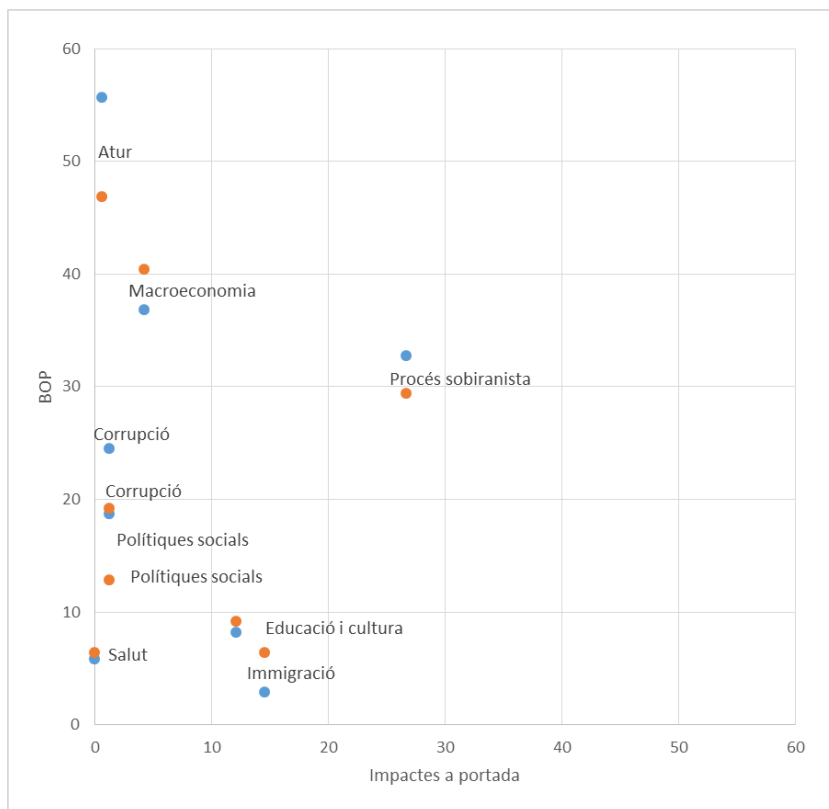
les capçaleres durant els dies que formen part del nostre estudi es deu a l'esclat de la crisi per la gestió dels refugiats a Europa. Sense aquesta problemàtica, que manté la gestió de la immigració de manera sostinguda en primer pla durant diverses setmanes, és segur que el seu impacte en portada hauria estat molt menor. Com que en aquest cas la presència mediàtica de la immigració és major que la preocupació que manifesten els enquestats del BOP, el punt del gràfic de dispersió que li correspon apareix situat a la dreta de la diagonal on convergeixen aquestes dues variables. És l'únic tema dels que hem estudiat que té una presència mediàtica superior a l'interès manifestat pels ciutadans, juntament, de fet, amb el procés sobiranista. En el cas de la immigració, però, el decalatge entre les dues variables és sensiblement més gran.

6.1. Anàlisi de l'*agenda setting* en funció del perfil dels lectors de cada diari

Com hem vist en el capítol anterior, una de les preguntes que es fa als enquestats en el Baròmetre d'Opinió Política és quin diari llegeixen amb més freqüència. Els resultats que ens proporciona aquest punt són interessants perquè, si els creuem amb els de la pregunta 1 del BOP sobre els principals problemes de Catalunya, ens permeten elaborar un perfil del lector dels diferents diaris que hem analitzat en el nostre estudi. D'aquesta manera, podem veure si, en algun cas, els temes que aquestes capçaleres destaquen a la portada coincideixen amb els problemes que preocupen específicament aquells enquestats que diuen que són els seus lectors o, per contra, es manté la divergència que hem observat en el conjunt de la mostra. Per valorar si hi ha un efecte d'*agenda setting* entre cada diari i els seus lectors, d'acord amb el Baròmetre del BOP, hem elaborat gràfics de dispersió per a cadascuna de les capçaleres incloses en el nostre estudi excepte dues, ABC i La Razón, que no hem pogut analitzar des d'aquest punt de vista perquè no disposem d'una mostra de lectors prou àmplia per a poder-ne traçar-ne un perfil.

A grans trets, el creuament entre el contingut de les portades de cada diari i els temes que més preocupen els seus lectors mostra uns resultats comparativament similars al que hem vist en la taula 8 i el gràfic 11. Tot i així, en les anàlisis de cada mitjà per separat s'hi observen alguns trets específics que val la pena comentar separatament.

Gràfic 12. La Vanguardia



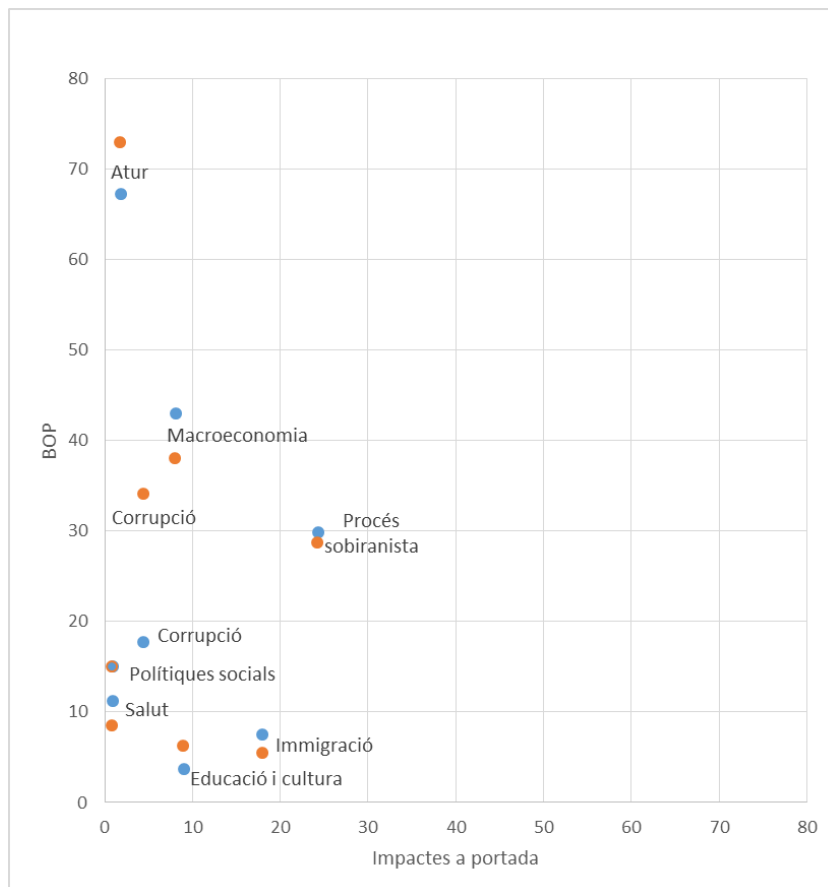
- La Vanguardia en català
- La Vanguardia en castellà

En preguntar sobre quin diari llegeix amb més freqüència per informar-se de política, el Baròmetre d'Opinió Política distingeix entre les edicions catalana i castellana dels diaris La Vanguardia i El Periódico. Això ens permet elaborar un perfil diferenciat dels lectors de les dues edicions d'aquests mitjans i veure si hi ha diferències entre els qui compren una o altra versió a l'hora de valorar quins són els problemes més importants que té Catalunya. I en el cas de La Vanguardia, com també en el de El Periódico, s'observen diferències significatives entre els lectors que opten per l'edició catalana i els que escullen la castellana. En el cas del diari del Grup Godó, podem dir, a grans trets, que els continguts que el diari publica en portada s'aproximen més al perfil dels lectors que trien la versió castellana que no pas als de la catalana. El gràfic que encapçala aquest paràgraf és molt il·lustratiu: els punts que marquen els principals problemes de Catalunya segons els lectors de La Vanguardia en castellà s'acosten més a la diagonal imaginària on haurien de confluir amb la presència d'aquests temes a les portades que en el cas dels indicadors dels principals problemes segons els lectors de la versió catalana. Així, per exemple, malgrat que la presència de l'atur a la portada del diari és testimonial tot i ser considerat el primer problema pels enquestats, als lectors de l'edició catalana els preocupa un 10% més, de manera que en el seu cas la disparitat entre la gravetat del problema segons els ciutadans i la seva presència en portada encara més gran. Amb la corrupció passa exactament el mateix: apareix poc en portada (constitueix només un 1,2% dels impactes), però el seu contrast amb la preocupació

que genera és més gran en relació als lectors de la versió catalana, a qui interessa més que als de la castellana (24,5% enfront d'un 19,2%).

Pel que fa a l'assumpte que apareix més en portada en el període estudiat, el procés sobiranista, podem veure que la seva presència a la portada del diari s'aproxima molt més a l'interès que genera entre els lectors. Igualment, però, aquesta coincidència entre portades i tema és més acusada en el cas dels lectors de la versió castellana que en els de la catalana. El 26,7% de presència que el procés sobiranista troba en les portades de La Vanguardia quasi coincideix amb el percentatge de preocupació que genera entre els lectors de la versió castellana del diari: el 29,4%. Per contra, aquesta cobertura queda més lluny respecte de l'interès dels lectors de la versió catalana, a qui el procés sobiranista preocupa més: l'esmenten un 32,7% dels enquestats. Per això l'indicador dels lectors en castellà, en taronja, quasi trepitja la diagonal imaginària on conflueixen els dos indicadors, mentre que el dels lectors en català, de color blau, se'n distancia una mica més.

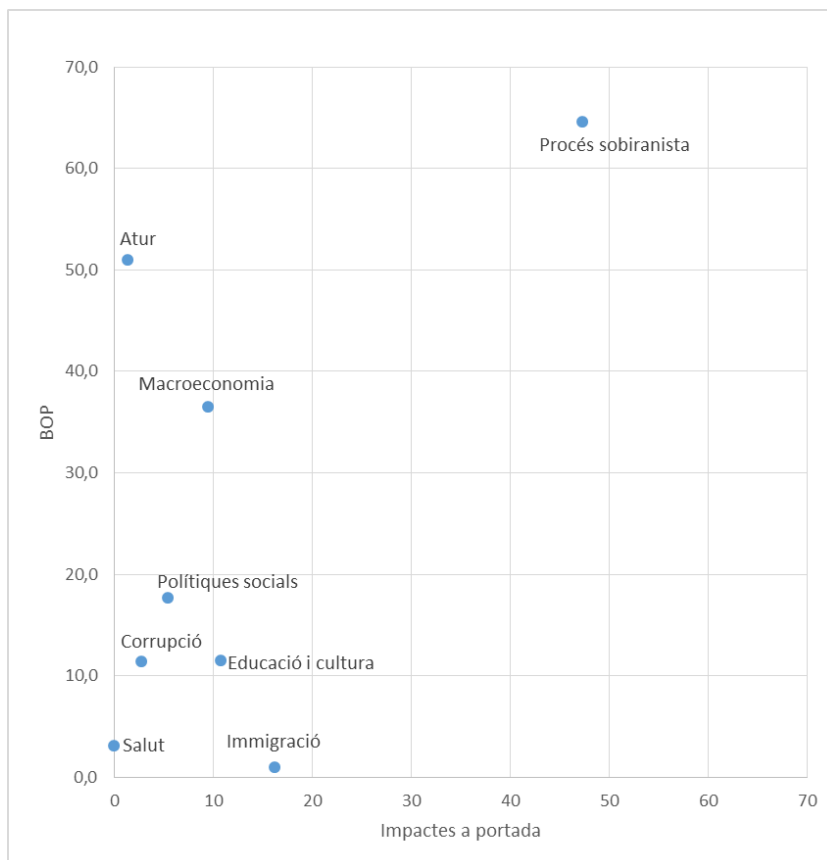
Gràfic 13. El Periódico



- El Periódico en català
- El Periódico en castellà

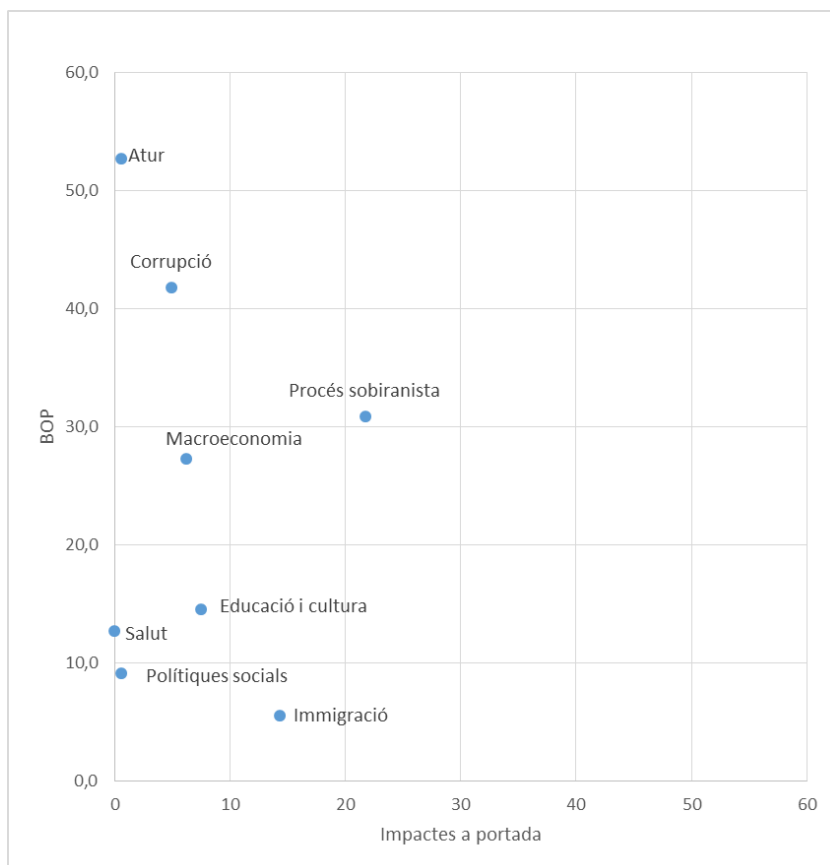
En el gràfic del perfil del lector de El Periódico elaborat a partir de les dades del tercer BOP de 2015 també observem diferències significatives entre els qui opten per la versió castellana de la publicació i els que el llegeixen en català. La principal disparitat és en els problemes de l'atur i, molt especialment, la corrupció, que preocupen més als lectors de la versió en castellà que als de la catalana. En la resta d'assumptes, inclòs el procés sobiranista, les diferències són força menys acusades. En qualsevol cas, podem observar que, en la majoria de temes hi ha poca concordança entre aquells assumptes que el diari tracta en portada i els que els seus lectors consideren més importants. El que tenen un tractament més equilibrat són, com en la majoria de publicacions, el procés sobiranista i educació i cultura, que no es troben sobre la diagonal de confluència però s'hi apropen molt. La majoria dels temes que preocupen més els lectors, tant de la versió catalana com de la castellana, apareixen en portada força menys de l'interès que desperten als lectors. Com en la majoria de diaris, crida especialment l'atenció la disparitat en el cas de l'atur, l'economia i la corrupció. Per contra, els temes d'educació i cultura i de la immigració tenen una presència en portada més àmplia que l'interès que generen entre els lectors. Tot i així, el decalatge d'aquests temes sobrerrepresentats, si ho podem dir així, és molt menor que els dels temes que més preocupen i que no troben un ressò equiparable a l'interès que desperten.

Gràfic 14. Ara



El gràfic de dispersió sobre el diari Ara elaborat a partir de les dades extretes de l'anàlisi de les portades i el BOP ens permet veure que aquesta publicació manté una relació força equilibrada entre els temes que més preocupen els lectors i els continguts que aquest diari reflecteix a les portades. Exceptuant l'atur i la macroeconomia, que són dues preocupacions importants que tenen sempre una presència escassa o nul·la en les portades, bona part dels assumptes que interessin els lectors de l'Ara s'acosten a la diagonal de convergència de manera més clara que en altres publicacions. És el cas de la corrupció, polítiques socials o educació i cultura. En relació al procés sobiranista, cal dir que malgrat que es tracta, amb diferència, del tema que apareix més en les portades del diari, igualment el seu protagonisme és inferior a l'interès que desperta entre els lectors d'aquest mitjà, que amb un 64,6% són els enquestats que més preocupació mostren per aquest assumpte. En contrast amb aquest interès tan elevat, el 47,5% de presència en els impactes es queda una mica curt, tot i que això significa que el diari dedica al procés quasi la meitat dels impactes de portada.

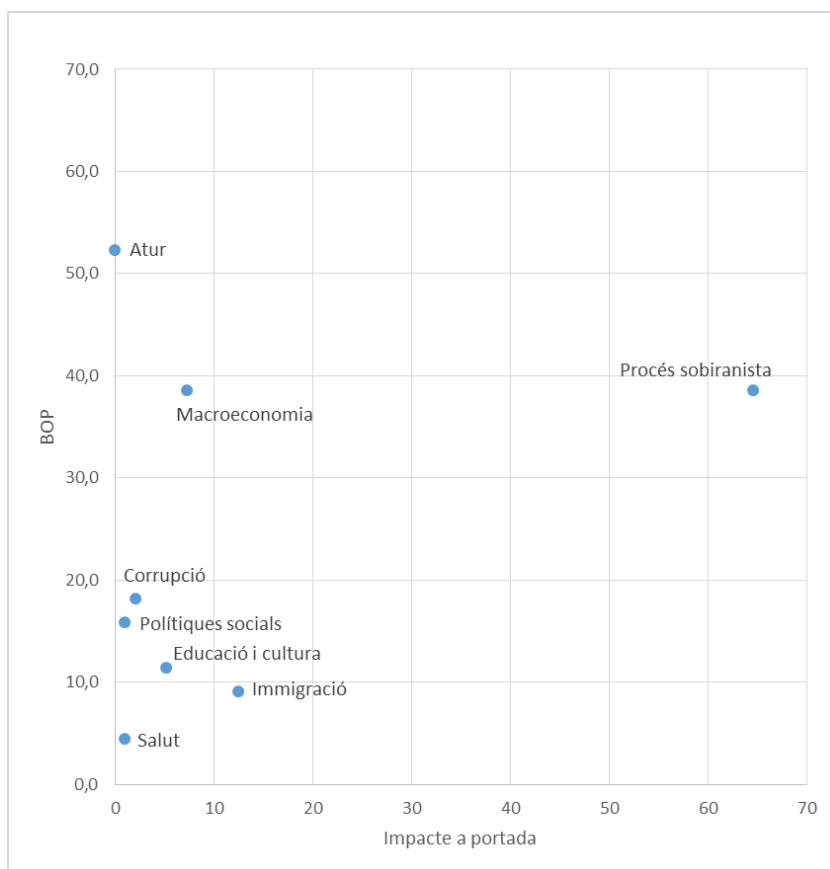
Gràfic 15. El País



Si comparem el perfil del lector català del diari El País, elaborat a partir de les respostes del BOP, amb la presència en portada dels temes que els enquestats consideren més importants, podem veure que en aquest mitjà hi ha poc efecte d'*agenda setting*. De fet, El País és un dels diaris analitzats on s'aprecia una major disparitat entre allò que el mitjà treu en portada i el que els seus lectors consideren més important. Això fa que els indicadors del gràfic, en general, estiguin allunyats de la diagonal de

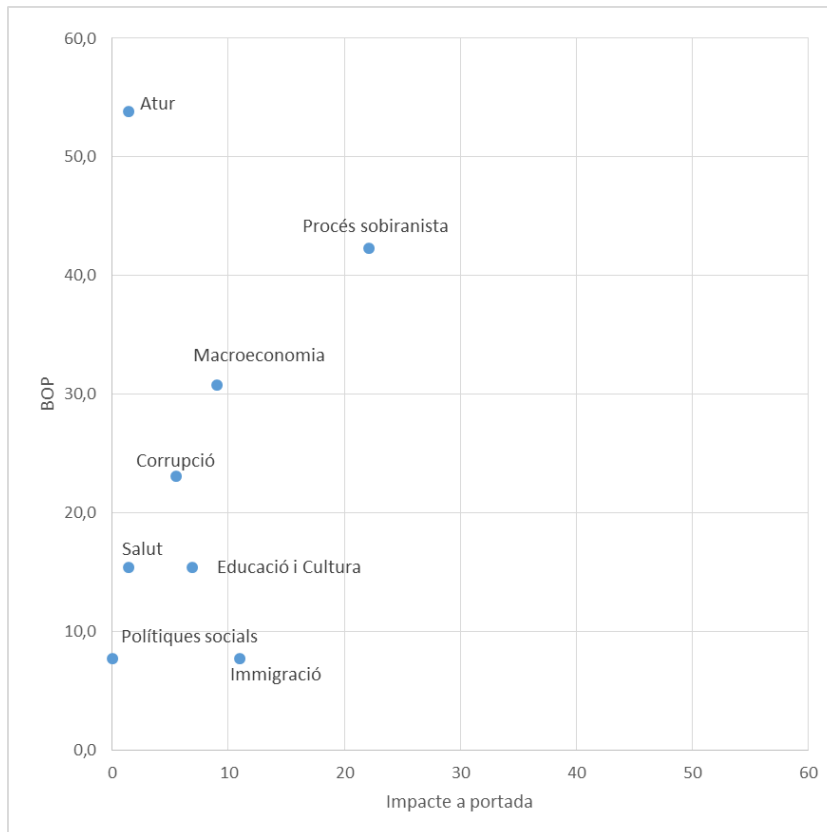
confluència, ja que en la majoria de temes la disparitat entre un valor i l'altre és superior al 10%, amb l'atur, la corrupció i la macroeconomia com a casos més extrems. Sobre el procés sobiranista, cal dir que El País és el diari analitzat que menys impactes de portada hi destina (21,7%). Una proporció insuficient, si tenim en compte que l'interès dels lectors catalans del diari per aquest assumpte és molt superior (un 30,9%).

Gràfic 16. El Punt-Avui



Del gràfic de dispersió del diari El Punt Avui en crida l'atenció la posició que ocupa l'índex sobre el procés sobiranista. Aquesta publicació és, amb diferència, la que dedica més impactes de les portades a aquest tema (un 64,6%) i, curiosament, també és l'únic en què aquesta presència és superior a l'interès que genera entre els seus lectors, ja que només un 38,6% dels enquestats que el llegeixen consideren que és un dels problemes més importants de Catalunya. Aquesta disparitat fa que l'indicador del procés en el gràfic de El Punt Avui se situï a la dreta de la diagonal de confluència, l'únic cas en què això passa entre els diaris que hem analitzat. A part d'aquesta singularitat, la resta d'indicadors segueixen a grans trets la mateixa tendència dels altres diaris: es manté una presència insuficient en portada dels dos temes que més preocupen els lectors, l'atur i l'economia, mentre que en la resta de problemes, menys prioritaris per als enquestats, hi ha un major equilibri entre l'interès que desperten i l'espai que ocupen a les portades.

Gràfic 17. El Mundo

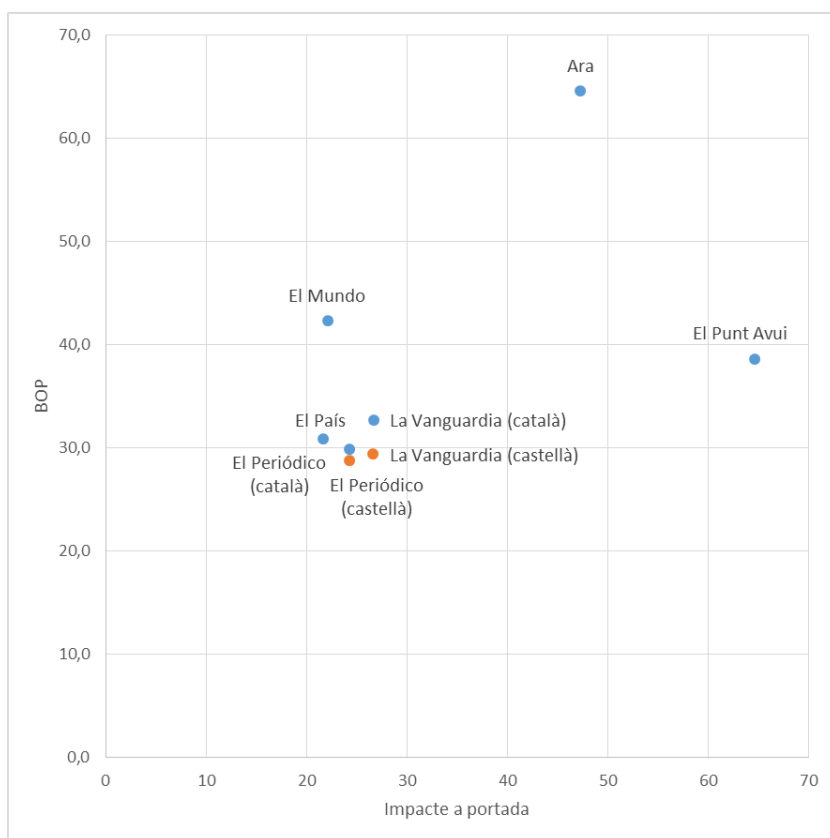


El Mundo és un dels diaris on s'aprecia un menor efecte d'*agenda setting* entre les preocupacions dels seus lectors i allò que la publicació destaca en portada. Això queda ben reflectit en el gràfic de dispersió, on podem observar que la majoria de punts queden molt lluny de la diagonal de confluència entre els problemes que destaquen els enquestats del BOP i els impactes de les portades del diari. A part de l'atur, que és un tema infrarrepresentat en totes les publicacions, en el cas de El Mundo crida especialment l'atenció el procés sobiranista, ja que aquest és un dels mitjans on, en proporció, hi ha una distància més gran entre l'interès que genera aquest assumpte entre els lectors catalans del diari i la presència d'aquest tema en les portades. La presència del procés en les portades del diari El Mundo és molt similar a la que trobem a El País, l'altre diari madrileny que hem analitzat aquí (22,1% en el cas del primer i 21,7 en el cas del segon), però l'interès per aquest assumpte dels lectors de El Mundo és significativament superior respecte els de El País (el 30,9% dels lectors catalans del diari de Prisa consideren que el procés és un dels problemes més importants que té Catalunya, mentre que en el cas de El Mundo aquesta xifra creix fins el 42,3%). Això fa que, en proporció, El Mundo sigui el segon diari on hi ha més decalatge entre la preocupació que el procés sobiranista genera entre els seus lectors i la cobertura que el diari dedica en portada a aquest assumpte. Concretament, la diferència entre l'interès i la cobertura és d'un 20%.

6.2. Comparativa en el tractament del procés sobiranista

Com que el procés sobiranista és l'assumpte que acapara de manera clara una part molt important de les portades del període estudiat, hem cregut convenient elaborar un darrer gràfic de dispersió on hem reflectit la presència d'aquest tema en cadascun dels diaris estudiats i la seva relació amb l'interès o preocupació que genera entre els lectors de cada publicació segons els resultats de la pregunta 1 del BOP.

Gràfic 18. Comparativa en el tractament del procés sobiranista



Com podem veure en el gràfic, hi ha un grup de 3 diaris que tenen uns paràmetres de presència en portada i d'interès dels seus lectors molt similars. Es tracta de La Vanguardia, tant en català com en castellà, de les dues versions de El Periódico i del diari madrileny El País. Tots tres es mouen en un percentatge de dedicació al procés d'entre el 20 i el 30% de presència en portada, i d'una preocupació dels seus lectors per aquest assumpte que ronda el 30%. La relació entre un paràmetre i l'altre, tot i no ser coincident, és, per tant, força equilibrada i els índex s'acosten bastant a la diagonal de confluència. Hi ha, per tant, un equilibri raonable entre la preocupació que aquest assumpte desperta entre els lectors dels diaris esmentats i la presència en portada que aquests li dediquen.

A part dels mitjans esmentats, hi ha tres diaris que es desmarquen clarament de la tendència comuna de les publicacions més llegides, i ho fan amb comportaments molt dispars entre ells. D'una banda

tenim El Mundo, que ofereix una cobertura en portada del procés sobiranista percentualment molt similar al grup de publicacions que hem comentat en primer lloc. Com elles, també se situa dins un marge d'entre el 20 i el 30%, concretament hi destina un 21,7% dels impactes de portada. A diferència del primer grup, però, la preocupació que el procés sobiranista genera entre els seus lectors catalans és sensiblement més elevada, ja que supera el 40%. Això fa que l'indicador d'aquest diari quedi més lluny de la diagonal de confluència, fet que ens indica que hi ha un menor efecte d'*agenda setting*. De fet, la cobertura que fa aquest diari del procés és de les que s'allunya més de l'interès que aquest tema genera entre els seus lectors.

En relació al procés sobiranista, l'Ara i El Punt Avui s'aparten totalment de la resta de publicacions, però, al mateix temps, mostren un comportament força diferent entre ells. Els dos diaris escrits en català coincideixen en el fet que són, amb diferència, els que més impactes de portada dediquen al procés: un 47% en el cas de l'Ara i un 64,6% en el cas de El Punt-Avui, el més elevat de tots els diaris estudiats. Segons el Baròmetre del BOP, els lectors d'aquestes dues publicacions són dels més interessats en el procés sobiranista i, per tant, el major protagonisme que donen a aquest tema en portada sembla voler satisfer aquest interès més gran dels seus lectors. Malgrat tot, si ens fixem en el creuament de les dades de què disposem, la relació entre la presència del procés a les portades i la preocupació que genera entre els lectors no és tan equilibrada com en altres publicacions. Per quin motiu? En el cas del diari Ara, si ens fixem en el gràfic de dispersió veurem que malgrat el protagonisme que aquest diari atorga al procés en les portades (un 47%, quasi la meitat de la superfície estudiada), aquesta dedicació encara queda lluny d'igualar l'interès que aquest tema genera entre els lectors de la publicació, segons les dades del BOP. Per això l'indicador del diari Ara queda a l'esquerra de la diagonal de confluència, a una distància destacable del punt de convergència. De fet, els usuaris de l'Ara, són, de llarg, els més interessats pel procés sobiranista: un 64,6% dels seus lectors considera que les 'Relacions Catalunya-Espanya' són un dels principals problemes que té actualment Catalunya. El segon grup de lectors que més preocupació mostren per aquest tema, els de El Mundo, queden a més de 20 punts de distància, ja que en aquell cas l'esmenten un 42,3% dels lectors enquestats. En tercer lloc, una mica per sota, hi trobem els del diari El Punt Avui, amb un 38,6%.

Si al diari Ara la preocupació dels lectors pel procés és més gran que la presència que aquest tema té en les portades del diari, en el cas de El Punt Avui passa justament el contrari, segons ens mostra el gràfic de dispersió elaborat a partir del creuament de les nostres dades i les del BOP. D'acord amb el Baròmetre, com acabem de veure els lectors de El Punt Avui són els tercers més preocupats pel procés, després de l'Ara i El Mundo. El percentatge de lectors preocupats pel procés, un 38,6%, sembla poc, però, si tenim en compte que el tant per cent de presència d'aquest tema en la portada del diari és quasi el doble: un 64,6%. Sembla, per tant, que la cobertura que el diari dona a aquest assumpte és molt superior a l'interès que genera entre els seus lectors. És per això que l'indicador del diari en el gràfic de dispersió apareix a la dreta de la diagonal de confluència i força lluny del punt de convergència. Aquesta diferència és prou notable per fer que, en valorar la presència del tema estrella del procés pel conjunt dels diaris, els resultats ens donin que és un dels temes que està sobrerepresentat, juntament amb la immigració. Si ens fixem en el gràfic adjunt, l'únic diari on la presència del procés a les portades

és més gran que l'interès que genera entre els lectors és El Punt Avui, però el seu pes en presència és tan gran que acaba fent desplaçar el punt del procés en el gràfic general 11 a la dreta de la diagonal de confluència.

Per acabar, no voldríem deixar de ressenyar una curiositat que ens permeten percebre les dades: la cobertura que El Punt Avui dona en portada al procés és molt més propera al perfil dels lectors de l'Ara que no pas als del mateix mitjà. Curiosament, la presència en portada del procés a El Punt Avui i la preocupació que aquest tema genera entre els lectors de l'Ara tenen percentatges totalment coincidents: el 64,6%. Per tant, si l'Ara dediqués tan espai de portada al procés com El Punt Avui, el seu indicador es trobaria just a sobre la diagonal de confluència.

7. Les enquestes publicades durant la precampanya i la campanya electoral

Les enquestes són molt presents durant la campanya electoral, sobretot a la recta final, però també se'n publiquen durant la precampanya. En total, durant el període analitzat en aquest estudi, s'han difós 17 enquestes, de les quals, 14 són sobre les eleccions catalanes i 3 sobre les eleccions al Congrés dels Diputats. En aquest paper hem analitzat quines han estat les enquestes que han publicat els diaris sobre els comicis catalans abans i durant la campanya electoral. Concretament, durant els 11 dies de precampanya electoral que hem analitzat (del 31 d'agost al 10 de setembre) se n'han publicat 6, mentre que de l'11 al 21 de setembre se n'han difós 8.

La temàtica de les enquestes ha estat present en 22 portades, és a dir, en un 10,1% del total. Els sondeigs han ocupat més portades durant la campanya electoral que a la precampanya. Això es produeix per dos fets: perquè els diaris aposten per publicar sondejos dies abans de les eleccions, és a dir, durant els últims dies de la campanya electoral; i perquè sis diaris, dels vuit analitzats, es fan ressò en la seva portada dels resultats de l'enquesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), que es va fer pública el 10 de setembre coincidint amb l'inici de la campanya electoral i que els mitjans de paper recullen l'endemà, 11 de setembre.

La majoria de diaris han publicat enquestes pròpies sobre les eleccions a Catalunya, a excepció del diari Ara, que no en publica cap, i l'ABC, que només publica un sondeig propi, però sobre els comicis espanyols. Sobre les eleccions catalanes, el diari ABC es fa ressò de l'enquesta del CIS en la seva portada, cosa que no fa el diari Ara.

De les 14 enquestes que s'han fet públiques sobre els comicis catalans, 13 són sondeigs que els diaris han encarregat a empreses de demoscòpia i l'altra és l'enquesta del CIS. Els mitjans de comunicació publiquen enquestes perquè saben que interessen als ciutadans, com ho reflecteixen diferents baròmetres d'opinió. Segons es desprèn de la segona onada del Baròmetre d'Opinió Política del CEO, que es va fer pública el juliol de 2016, el 44% dels catalans assegura que, durant la campanya electoral de les eleccions del 26 de juny al Congrés dels Diputats, han llegit enquestes, mentre que un 56% diu que no, com podem veure reflectit en la següent taula.

Taula 9

P.57i. A continuació passem a parlar de les recents eleccions del mes de juny al Congrés dels Diputats. Em podria dir si durant aquesta campanya electoral passada vostè va llegir enquestes?

Resposta	Percentatge
Sí	43,9
No	55,9
No ho sap	0,1
No contesta	0,1
Total	100%

*Dades de la segona onada del BOP de 2016

En la tercera onada del Baròmetre d'Opinió Política de 2015, que es realitza just després de les eleccions al Parlament de Catalunya, hi trobem més dades sobre aquesta qüestió, ja que es pregunta sobre el grau de coneixement de les enquestes i la seva influència en el comportament electoral (pregunta 58, 58a, 58b i 58c). Segons aquest sondeig, un 66,4% dels catalans assegura que ha tingut coneixement dels resultats d'algunes enquestes preelectorals, mentre que, com podem veure en la següent taula, un 33,1% diu que no.

Taula 10

P58. Coneixement dels resultats d'alguna de les enquestes o sondeigs preelectorals.

Resposta	Percentatge
Sí	66,4
No	33,1
No ho sap	0,4
No contesta	0,0
Total	100%

*Dades de la tercera onada del BOP de 2015

Preguntats sobre si creuen que els resultats de les enquestes han influït en la seva decisió final (pregunta 58a), un 38,9% diu que ha influït poc, seguit d'un 25,6% que creu que bastant, mentre que un 23,8% assegura que gens i només un 5,8% diu que molt.

Taula 11

P.58a. Influència dels resultats de les enquestes o sondeigs preelectorals en l'opinió dels electors.

Resposta	Percentatge
Molt	5,8
Bastant	25,6
Poc	38,9
Gens	23,8
No ho sap	5,2
No contesta	0,5
Total	100%

*Dades de la tercera onada del BOP de 2015

Sobre en quina mesura es va tenir en compte els resultats de les enquestes a l'hora de decidir què faria a les eleccions, un 79,7% diu que gens, un 13,2% poc; un 4,6% bastant i només el 2,4 assegura que molt.

Taula 12

P.58b. Influència dels resultats de les enquestes o sondeigs preelectorals en l'opinió dels enquestats.

Resposta	Percentatge
Molt	2,4
Bastant	4,6
Poc	13,2
Gens	79,7
No ho sap	0,0
No contesta	0,0
Total	100%

*Dades de la tercera onada del BOP de 2015

Per últim, un 54,8% assegura que els resultats de les enquestes van reforçar la seva decisió de votar pel partit que pensava, un 18,7% el van animar a votar, un 8,7% el van ajudar a decidir el partit al qual

votar, un 7,8% el van animar a votar un altre partit diferent al que pensava i un 2,2% el van animar a abstenir-se.

Taula 13

P.58c. Sentit de la influència dels resultats de les enquestes o sondeigs preelectorals en l'opinió dels enquestats.

Resposta	Percentatge
El van animar a votar	18,7
El van animar a abstenir-se	2,2
El van ajudar a decidir el partit per al qual votar	8,7
El van reforçar la seva decisió de votar pel partit que pensava	54,8
El van animar a votar un altre partit diferent al que pensava	7,8
No ho sap	2,9
No contesta	4,8
Total	100%

*Dades de la tercera onada del BOP de 2015

Per tant, aquestes dades demostren que els electors segueixen els resultats de les enquestes d'opinió. Per això, els mitjans de comunicació encarreguen sondeig durant la precampanya i la campanya electoral perquè saben que interessa als seus lectors i que això els farà augmentar el seu número de vendes.

A continuació, analitzem les enquestes sobre les eleccions al Parlament de Catalunya que han publicat els diaris durant el període estudiat.

Les enquestes publicades als diaris durant la precampanya electoral

Del 31 d'agost fins el 10 de setembre, els diaris publiquen set enquestes, sis sobre les eleccions a Catalunya i una sobre les eleccions al Congrés dels Diputats. Per tant, es publiquen menys sondejos durant la precampanya que la campanya electoral, que se'n publiquen vuit.

No és fins el 5 de setembre que El Punt Avui publica una enquesta pròpia, elaborada per l'empresa Gaps, augurant un "Sí amb majoria absoluta". En tres destacats recull dades de l'enquesta, com ara que "Junts pel Sí en solitari podria superar els 68 diputats i la CUP, triplicar escons". L'endemà, el diari continua fent-se ressò del sondeig d'opinió, però ho fa recollint les reaccions dels partits polítics i titula: "Optimisme moderat davant l'enquesta d'El Punt Avui".

Aquest mateix dia, el 5 de setembre, El Periódico anuncia en la seva portada que l'endemà publicarà un sondeig de Gesop a tres setmanes dels comicis del 27-S. L'endemà, 6 de setembre, titula en portada: "Ajustada majoria independentista". Tota la informació sobre l'enquesta ocupa mitja portada, ja que el titular va acompanyat d'un gràfic amb els resultats. L'endemà, 7 de setembre, publica més dades sobre l'enquesta subratllant que "Els electors de Junts pel Sí volen que comptin els vots" i en un subtítol destaca que hi ha un "Ampli rebuig a la secessió unilateral amb una majoria tan sols en escons" i apunta que "Un pacte per millorar l'autogovern té més suports que la independència". Aquesta informació, que ocupa mitja portada, també va acompanyada d'un gràfic amb més dades del sondeig.

Pel que fa els diaris amb seu a Madrid, La Razón publica el 31 d'agost una primera enquesta d'NC Report, d'àmbit espanyol, però no és fins el 6 de setembre que publica un altre sondeig titulant que "La mayoría respalda reformar el TC para frenar la deriva de Mas". En portada destaca que el 80% dels espanyols rebutja un estatus propi per a Catalunya en la Constitució i que són majoria els que aposten per mantenir el sistema autonòmic tal com està. Finalment, subratlla que el 76,3% creu que l'envit independentista fracassarà.

El diari El Mundo és el darrer mitjà amb seu a la capital espanyola que publica una enquesta de Sigma Dos abans del tret de sortida de la campanya electoral. La publica el 7 de setembre, ocupant mitja portada, i acompanyada d'una fotografia d'Artur Mas, Oriol Junqueras i Raül Romeva, apuntant que "Los partidos independentistas lograrán mayoría el 27-S". L'endemà, es torna a fer ressò del sondeig i titula: "El 58% opina que Artur Mas debería dimitir si no logra el 27-S mayoría absoluta".

L'enquesta del CIS dona el tret de sortida a la campanya electoral

Els diaris aposten per publicar més enquestes durant la campanya electoral. La majoria ho fa en diumenge per aconseguir més difusió, ja que és el dia de la setmana que es venen més diaris i és el dia que els lectors tenen més temps per llegir i reflexionar. Les capçaleres també trien el diumenge per publicar sondejos d'opinió amb l'objectiu de poder influir en les tertúlies del dilluns (Besalú, Reinald i Verge, Tània, 2012). Per això, són molts els diaris que presenten els resultats de les seves enquestes en dos dies: en diumenge i en dilluns. Així ho fan durant la campanya electoral: La Vanguardia, publicant

una enquesta el diumenge 20 de setembre i l'endemà dia 21; i també El País i La Razón, publicant un sondeig aquests mateixos dies. Durant la precampanya, El Periódico es fa ressò d'una enquesta pròpia el diumenge 6 de setembre i el dilluns 7, mentre que El Mundo ho fa el dilluns 7 i dimarts 8 de setembre. La resta de diaris opten per publicar les seves enquestes en un sol dia. El Punt Avui en publica una el dissabte 5 i l'endemà diumenge recull, en la seva portada, les reaccions dels líders polítics catalans sobre els resultats del sondeig.

La campanya electoral arrenca amb la publicació, el dia de la Diada Nacional de Catalunya, dels resultats de l'enquesta del CIS sobre les eleccions al Parlament de Catalunya. Sis diaris publiquen l'11 de setembre els resultats d'aquest sondeig a la seva portada i són els següents: La Vanguardia, El Periódico, El País, El Mundo, l'ABC i La Razón. Els diaris catalans Ara i El Punt Avui són els únics que no se'n fan ressò, ja que opten per destacar en portada els actes de la Diada Nacional de Catalunya.

La majoria dels diaris destaquen que la campanya serà decisiva ja que l'enquesta del CIS augura uns resultats força ajustats. En aquest sentit, La Vanguardia titula: "L'ajustat sondeig del CIS obre una campanya decisiva" i destaca que la llista de Junts pel Sí sumaria la majoria absoluta amb la CUP (68-69 escons) i tindria el 44% dels vots. També en aquesta direcció, El País titula que "Arranca una campaña decisiva con ligera ventaja secesionista". El Periódico també dedica la portada a l'inici de la campanya titulant "Diada electoral" i dins d'aquesta informació subratlla que "El CIS confirma una majoria independentista sols en escons".

Pel que fa els diaris amb seu a Madrid, l'ABC presenta les dades de l'enquesta dins d'una espiral en blanc i negre amb el titular: "La independencia logra mayoría absoluta en escaños con solo el 44% de votos". El Mundo titula: "El CIS confirma la fractura social ante el reto soberanista". Destaca en subtítols que "La mayoría absoluta de Junts pel Sí, en manos de la CUP" i que "Sólo el 21,6% se declara únicamente catalán, el 42,1% afirma sentirse tan catalán como español y el 50,7% no se considera nacionalista". La Razón destaca que "Los indecisos, clave para frenar a Mas en las urnas".

Enquestes publicades després de la Diada Nacional

El primer diari que publica una enquesta pròpia després de la Diada Nacional de Catalunya és La Razón, el 17 de setembre. Dedicava un terç de la seva portada al tema i a la part superior titula: "Primera semana de campaña: en manos de la marca Podemos". Es destaca que els 16 escons de Catalunya Sí que es Pot serien decisius per donar suport o frenar el "desafío independentista de Mas". Es subratlla que Junts pel Sí i la CUP obtindrien 64 escons, mentre que C's, PSC, PP i Unió sumarien 55 diputats.

Tres dies més tard, el diumenge 20 de setembre, a una setmana de les eleccions a la cambra catalana, els diaris La Vanguardia, El País i La Razón publiquen tres enquestes pròpies. La Vanguardia en publica una de l'empresa Feedback i titula: "Junts pel Sí encara la recta final a un pas de la majoria absoluta". El País publica una enquesta de Demoscopia que apunta que "Los separatistas logran mayoría de escaños y casi el 50% del voto", i La Razón subratlla: "El 27-S se juega en 103.082 votos". El diari destaca que el bloc constitucionalista necessitaria un augment de més de 100.000 electors per vèncer

la llista d'Artur Mas i la CUP. El diari anuncia que l'endemà dilluns publicarà la seva última enquesta, en la que s'avança que els independentistes estan a tocar de la majoria absoluta.

Segons l'article 69 de la Llei Orgànica del Règim Electoral General (LOREG), durant els cinc dies abans de la votació queda prohibida la publicació i la difusió o reproducció de sondejos electorals per qualsevol mitjà de comunicació. Per tant, el dilluns 21, és l'últim dia que els diaris poden publicar sondejos. Aquest dia són tres els diaris que publiquen enquestes: La Vanguardia, El Mundo i La Razón. Pel que fa La Vanguardia, publica l'última enquesta de Feedback destacant que "Només un 20% dels catalans creuen que s'assolirà la independència"; i que un terç preveu que seguirà la pugna Generalitat-Estat després del 27-S. Per la seva banda, El Mundo publica l'enquesta de Sigma Dos titulant: "Sólo el 16,8% apoya la secesión sin tener la mayoría de votos"; mentre que La Razón publica l'última enquesta de NC Report amb el titular: "PP y PSC remontan en la recta final de la campaña".

Cal subratllar, que El Periódico no publica cap enquesta durant la campanya electoral, però sí que ho fa, com hem explicat anteriorment, durant la precampanya. El Periódic d'Andorra -diari vinculat a El Periódico, fundat el 1997 pel Grupo Zeta-, sí que publica a la seva pàgina web el divendres 25 de setembre, dos dies abans de les eleccions, un sondeig realitzat per l'Institut Opinòmetre i titula: "Les forces independentistes aconseguirien la majoria absoluta el 27S".

Per tant, el diari que publica més enquestes pròpies sobre les eleccions al Parlament de Catalunya és La Razón, amb quatre sondejos en total, seguit d'El Mundo, amb 3. Els diaris La Vanguardia i El Periódico en publiquen dos respectivament, mentre que El Punt Avui i El País en publiquen un. L'ABC en publica un, però sobre les eleccions espanyoles, mentre que el diari Ara no en publica cap.

A continuació recollim les enquestes a què hem anat fent referència i que s'han publicat del 31 d'agost al 21 de setembre de 2015.

Taula 14. Enquestes publicades als diaris del 31 d'agost al 21 de setembre de 2015

Data	Diari	Titular de l'enquesta	Àmbit
31.08.2015	La Razón	El PP suma ya el 32% de los votos mientras los emergentes retroceden	Estat espanyol
05.09.2015	El Punt	Sí amb majoria absoluta. Junts pel Sí en solitari podria superar el 68 diputats i la CUP, triplicar escons	Catalunya
06.09.2015	El Periódico	Ajustada majoria independentista	Catalunya
06.09.2015	El Punt	Optimisme moderat davant l'enquesta d'El Punt Avui (Reaccions l'endemà de l'enquesta)	Catalunya
06.09.2015	La Razón	La mayoría respalda reformar el TC para frenar la deriva de Mas	Catalunya

07.09.2015	El Periódico	Els electors de Junts pel Sí volen que comptin els vots. Ampli rebuig a la secessió unilateral amb una majoria tan sols en escons. Un pacte per millorar l'autogovern té més suports que la independència	Catalunya
07.09.2015	El Mundo	Los partidos independentistas lograrán la mayoría el 27-S	Catalunya
08.09.2015	El Mundo	El 58% opina que Artur Mas debería dimitir si no logra el 27-S mayoría absoluta	Catalunya
11.09.2015	La Vanguardia	L'ajustat sondeig del CIS obre una campanya decisiva. La llista de Junts pel Sí sumaria la majoria absoluta amb la CUP (68-69 escons) i tindria el 44% dels vots	Catalunya
11.09.2015	El Periódico	Diada electoral (CIS)	Catalunya
11.09.2015	El País	Arranca una campaña decisiva con ligera ventaja secesionista (CIS)	Catalunya
11.09.2015	El Mundo	El CIS confirma la fractura social ante el reto soberanista	Catalunya
11.09.2015	La Razón	Los indecisos, clave para frenar a Mas en las urnas (CIS)	Catalunya
11.09.2015	ABC	La independencia logra mayoría absoluta en escaños con solo el 44% de votos (CIS)	Catalunya
13.09.2015	ABC	El PP recuperaría Madrid tras solo 90 días de Gobierno populista	Estat espanyol
17.09.2015	La Razón	Primera semana de campaña: en manos de la marca Podemos	Catalunya
20.09.2015	La Vanguardia	Junts pel Sí encara la recta final a un pas de la majoria absoluta	Catalunya
20.09.2015	El País	Los separatistas logran mayoría de escaños y casi el 50% del voto	Catalunya
20.09.2015	La Razón	El 27-S se juega en 103.082 votos	Catalunya
21.09.2015	La Vanguardia	Només un 20% dels catalans creuen que s'assolirà la independència	Catalunya
21.09.2015	El País	Los electores quieren un Gobierno fruto de un pacto	Estat espanyol
21.09.2015	El Mundo	Sólo el 16,8% apoya la secesión sin tener la mayoría de votos	Catalunya
21.09.2015	La Razón	Última encuesta electoral. PP y PSC remontan en la recta final de la campaña	Catalunya

8. Conclusions

Els comicis del 27-S a les portades dels diaris

Les eleccions al Parlament de Catalunya del 27 de setembre de 2015 van ser excepcionals en molts sentits i, segons podem concloure veient els resultats d'aquest estudi, la premsa generalista que es publica a Catalunya va ser conscient de la importància cabdal que li donaven tant els partits polítics com els ciutadans i se'n va fer un ampli ressò a les seves portades. En les quatre setmanes anteriors a les eleccions, el procés sobiranista va ser el tema més tractat a les portades de totes les publicacions, acaparar-ne el 36,1%, mentre que les notícies sobre els comicis es van erigir com el segon fet més destacat, amb un 21%. Tot i que en molts retalls de portada aquestes dues temàtiques coincideixen i, per tant, no es pot fer una suma discrecional dels dos percentatges, queda clar que la premsa es va bolcar a informar sobre els comicis i que, en general, també es va fer un ampli ressò de la lectura plebiscitària que els partits independentistes havien volgut donar a aquesta convocatòria electoral.

L'atenció de la premsa cap a aquests dos temes és elevada en tots els mitjans, independentment de la seva línia editorial i de si es tracta de publicacions editades a Barcelona o a Madrid. Això no treu, però, que hi hagi diferències significatives de seguiment entre els diferents diaris. Així, els mitjans que van dedicar un major desplegament al procés sobiranista i a la campanya electoral van ser els catalans El Punt Avui i l'Ara, mentre que la resta de la premsa, tant la de Barcelona com la de Madrid, es van moure en uns percentatges més baixos i força similars. Tot i així, en ponderar l'impacte de cada capçalera en funció de la seva audiència, les portades publicades per La Vanguardia i El Periódico s'erigeixen en les més influents, gràcies al fet que la seva difusió és molt superior a la de la resta de mitjans. L'ampli desplegament fet per l'Ara i El Punt Avui perd força mediàtica perquè la seva audiència és menor, però encara té un impacte relatiu elevat perquè la seva atenció cap als dos temes estrella, procés i eleccions, era també molt elevada. Finalment, malgrat que algunes capçaleres madrilenyes dediquen molta atenció a les portades tant a les eleccions com al procés sobiranista, en algunes ocasions en proporcions més elevades a la dels dos mitjans més venuts a Catalunya, el seu impacte sobre l'audiència catalana és extremadament limitat a causa de la seva difusió cada vegada més escassa.

A part d'aquests dos grans temes informatius, les portades dels 8 diaris generalistes que es venen a Catalunya també van dedicar una proporció considerable del seu espai a parlar dels partits polítics, la justícia i la corrupció, tres temes estretament vinculats als presumptes casos de corrupció relacionats amb CDC que es van fer públics en aquelles setmanes. També van tenir una presència important els temes de les relacions internacionals i la immigració, però ambdós estaven vinculats, en aquest cas, al ressò del drama dels refugiats que fugien de Síria.

Efectes relatius d'*agenda setting*

Després d'haver comparat les dades sobre els temes que han estat més presents a les portades dels diaris durant el període analitzat, del 31 d'agost al 26 de setembre, i les respostes que es desprenen de la primera pregunta de la tercera onada del Baròmetre d'Opinió Política del CEO de 2015 sobre quins són els principals problemes que té Catalunya, podem concloure que es produeix un efecte relatiu d'*agenda setting*. És a dir, en general, hi ha una escassa coincidència entre els problemes que preocupen més els catalans i els temes que tenen més impactes a les portades dels diaris. Entre els assumptes amb més pes en les respostes del Baròmetre, el que té un tractament més equilibrat a les portades en relació al nivell d'interès que desperta entre els enquestats és el procés sobiranista, el tema estrella del període estudiat. La proporció és força similar, ja que el 30% dels enquestats considera que aquesta qüestió és un dels principals problemes que té Catalunya i les notícies que s'hi vinculen apareixen en un 36% dels destacats de les portades.

D'altra banda, l'únic altre tema on hem vist un cert equilibri entre l'interès dels enquestats i la presència a la primera pàgina dels diaris és l'educació i cultura, tot i que és un assumpte que només preocupa al 8,6% dels catalans i que ha tingut un 7% de presència als diaris. En el gràfic de dispersió número 11 podem veure clarament que bona part dels problemes que citen els enquestats tenen un ressò molt escàs a les portades. És a dir, l'impacte que tenen aquestes qüestions en portada és molt menor que l'interès que manifesten els enquestats per aquestes problemàtiques. Per això, diem que es produeix un efecte relatiu d'*agenda setting*, ja que els diaris i l'opinió pública coincideixen en els temes que formen part de l'agenda, però no en l'ordre de les seves prioritats, ja que no tenen el mateix pes ni mediàtic ni a l'opinió pública.

Les dades del Baròmetre d'Opinió Política també ens han permès estudiar si hi ha coincidències entre allò que els lectors de cada diari consideren com a principals problemes i la presència d'aquests temes a les portades. En general, hem vist que es manté la disparitat entre la importància que premsa i lectors atorguen a cada tema. Tot i així, els nivells de coincidència o de distanciament varien en funció de l'assumpte i del diari.

Finalment, analitzant la temàtica del procés sobiranista, hem pogut constatar que hi ha tres diaris que mantenen uns paràmetres de presència en portada i d'interès dels seus lectors molt similars. Es tracta de La Vanguardia, tant en català com en castellà, les dues versions d'El Periódico i del diari El País. Totes tres publicacions es mouen en un percentatge de dedicació al tema estrella, el procés sobiranista, d'entre el 20 i el 30% de l'espai de portada, i d'una preocupació dels seus lectors per aquest assumpte del 30%. Per contra, l'Ara, El Punt Avui i El Mundo ofereixen uns resultats més dispars i alhora molt diferents entre ells. Tots tres, però, coincideixen en el fet que la relació entre cobertura mediàtica i interès dels lectors és menys equilibrada que en les altres publicacions, ja sigui per excés, com en el cas de El Punt Avui (un 64,4% de presència en portada contra un 38,6% d'interès dels lectors), com per defecte, com és el cas de l'Ara (47,3% de presència per un 64,6% d'interès) i El Mundo (22,1% de presència per un 42,3% d'interès).

Forta presència d'enquestes als diaris durant la campanya electoral

Els diaris han publicat més enquestes durant la campanya electoral de les eleccions del 27 de setembre de 2015, sobretot a la seva recta final, que en la precampanya electoral. En total, durant el període que hem analitzat, del 31 d'agost al 26 de setembre, s'han publicat 17 enquestes, de les quals 14 són sobre les eleccions al Parlament de Catalunya. D'aquestes, 13 són sondejos que els diaris han encarregat a empreses de demoscòpia i l'altra és l'enquesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Els diaris han publicat durant la precampanya sis enquestes sobre les eleccions catalanes, mentre que durant la campanya electoral n'han publicat vuit.

La primera enquesta que es publica just el dia que comença la campanya electoral és la del CIS. L'endemà, coincidint amb la Diada Nacional de Catalunya, tots els diaris, menys l'Ara i El Punt Avui, es fan ressò dels resultats a les seves portades. Dies més tard, La Razón és el primer diari que publica una enquesta pròpia sobre els comicis catalans. Però els diaris prefereixen publicar sondejos quan falten pocs dies per finalitzar la campanya. Just una setmana abans del 27 de setembre, tres diaris, La Vanguardia, El País i La Razón, aposten per publicar enquestes pròpies, i el darrer dia per fer públiques enquestes, el 21 de setembre, La Vanguardia, El Mundo i La Razón també en publiquen.

La Razón és el diari que més enquestes publica sobre les eleccions al Parlament de Catalunya, quatre en total, seguit d'El Mundo amb tres. La Vanguardia i El Periódico en publiquen dues respectivament, mentre que El Punt Avui i El País només en publiquen una. L'Ara no en publica cap i l'ABC només en publica una però sobre les eleccions espanyoles.

Per tant, els diaris aposten per publicar més enquestes durant la recta final de la campanya electoral i ho fan durant el cap de setmana per aconseguir més difusió, ja que és quan venen més exemplars i els seus lectors tenen més temps per llegir i reflexionar. La majoria de diaris també publiquen els resultats dels sondejos en dos dies, en dissabte i diumenge o en diumenge i dilluns. Els mitjans saben que els seus lectors els interessa aquestes informacions, com ho reflecteixen les dades de la tercera onada del BOP del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de 2015, segons la qual, un 66,4% dels catalans assegura que ha tingut coneixement dels resultats d'algunes enquestes preelectorals i un 35,6% afirma que els resultats dels sondejos han influït bastant en la seva decisió final. Aquest interès per les enquestes també es veu reflectit a les portades dels diaris, ja que aquesta temàtica ha estat present en 22 d'elles, és a dir, el 10,1% del total de les primeres pàgines dels diaris que hem analitzat en aquest estudi.

9. Bibliografia consultada

- Aira, Josep Antoni (2008). *La construcció mediàtica de l'agenda política*. Tesi, Universitat Ramon Llull.
- Bajona, David (2015). *Eleccions i agenda mediàtica. La premsa i les eleccions del 2012*. Centre d'Estudis d'Opinió.
- Besalú, Reinald i Verge, Tània (2012). "El tractament de les enquestes als mitjans de comunicació", dins Capdevila, Arantxa i Pont, Carles (editors). *La campanya fragmentada. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2010*, Unitat d'Investigació en Comunicació Audiovisual (UNICA-Estudis), Documenta Universitaria.
- Boydston, Amber E. (2006). *Agenda-setting and issue-framing dynamics in front-page news*. Paper.
- Castiñeira, Àngel (dir.) (2016). *Anuari dels valors. Els límits de les aspiracions*. Editorial Barcino, pàg. 32-35.
- Chavero, Palmira (2015). *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la legislatura 2008-2011*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cobb, Roger; Ross, Jennie-Keith i Ross, Marc Howard (1976). *Agenda Building as a Comparative Political Process*. *American Political Science Review*, 70, pp. 126-138.
- Cohen, B. C. (1963), *Press and Foreign Policy*. Princeton, Princeton University Press.
- Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. New York, Harcourt, Brace and Co.
- McCombs, Maxwell (2004). *Setting the agenda. The mass media and public opinion*. Polity Press
- (2006) *Estableciendo la agenda*. Barcelona, Paidós Comunicación.
- Palau, Anna M. i Davesa, Ferran (2013). *El impacto de la cobertura mediática de la corrupción en la opinión pública española*. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 144, pp. 97-126.
- Wolf, Mauro (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Instrumentos Paidós.

