

The background of the cover features a magnifying glass with a wooden handle and a circular lens. The lens is positioned over a document with horizontal lines, suggesting text. A large, stylized copyright symbol (©) is visible in the lower-left quadrant of the magnifying glass's lens. The entire scene is rendered in a monochromatic blue-grey color scheme.

Informe Media.cat

El tractament informatiu del 28F

**Anàlisi de la cobertura de les consultes
sobre la independència en els principals
mitjans escrits en paper i digitals**

Abril 2010

Informe Media.cat

El tractament informatiu del 28F. Anàlisi de la cobertura de les consultes sobre la independència en els principals mitjans escrits en paper i digitals

Albert Punsola

Oriol Lladó



Introducció.....	3
Objectius	4
Metodologia.....	5
1. Punts clau	6
1.1. Les percepcions sobre el grau de transcendència política de les consultes determinen els dos principals tractaments informatius sobre el tema.....	7
1.2. Els mitjans que menystenen el procés de consultes informen menys i tracten poc la campanya.....	8
1.3. S'observa un posicionament implícit de crítica en el procés, més que no pas explícit o directe.....	9
1.4. La premsa digital comença a defensar el seu espai propi	10
1.5. Els mitjans digitals aposten per la complicitat	11
2. El to i els continguts de les informacions	12
2.1. Com els mitjans han descrit el procés?.....	13
2.1.1. Un relat divergent.....	13
2.1.2. Posicionament del mitjà	13
2.1.3. Síntesi de titulars.....	15
2.1.4. Marc referencial dels mitjans	19
2.2. Quins han estat els principals elements periodístics tractats?.....	20
2.2.1. Amb quins altres temes va competir el 28F?.....	20
2.2.2. Quins ingredients conformen la fórmula informativa vinculada a les consultes?	21
2.3. Quins recursos periodístics s'han utilitzat?	22
2.3.1. En l'actualització de la informació	22
2.3.2. En la capacitat d'aprofitar el medi	22
2.3.3. En l'ús de xarxes socials	23
3. La cobertura periodística	25
3.1. Portada i peces a l'interior	26
3.1.1. Presència en portada	26
3.1.2. Grau de presència en portada	27
3.1.3. Evolució del grau de presència en portada.....	28
3.2. Els dies amb més tractament informatiu	31
3.2.1. Nombre de peces o notícies complementàries.....	31
3.2.2. Evolució del nombre de peces	32
3.2.3. Espai que ocupa en la pàgina la peça principal dedicada a les consultes al llarg dels dies (només diaris en paper)	34
3.2.4. Atenció a la consulta per part dels mitjans en el conjunt del període estudiat	35
3.2.5. Dimensió de la peça principal dedicada a la consulta el dia de màxima atenció del mitjà.....	36
3.3. La qualitat de la informació	37
3.3.1. Presència de vincles amb pàgines especials (només en els diaris digitals).....	37

3.3.2. El pes de l'opinió o de la informació segons el titular principal.....	37
3.3.3. El pes de l'opinió o de la informació segons el gènere periodístic triat per a la peça principal.....	38
4. Conclusions.....	40
4.1. Conclusions.....	41

Aquest és un informe d'urgència, basat en una anàlisi detallada i crítica d'alguns mitjans del país en un període determinat, el marcat per la segona onada de consultes sobre la independència a Catalunya.

Aquest és un estudi fet des de la immediatesa per i per a professionals de la comunicació.

L'informe vol contribuir al debat sobre la divergència de diferents mitjans del país a l'hora d'explicar un mateix fet, la convocatòria d'un referèndum no vinculant sobre la independència de Catalunya.

La informació sobre les consultes **s'ha donat tard i de forma incompleta** per una part important dels mitjans estudiats, que han defensat en editorials i peces d'opinió (no objecte del present estudi) que el procés de participació vinculat amb el dret a decidir no té una transcendència política destacable. Les informacions, en aquest cas, s'han donat amb comptagotes i al final del procés, generant una situació de 'silenci' informatiu els dies previs a la convocatòria.

D'altra banda, l'estudi comença a mostrar com els mitjans digitals mantenen cada vegada més una agenda pròpia i una manera d'enfocar la informació més propera i sensible al territori.

El referent: les consultes del 13D

Les consultes del 28F contrasten amb l'expectació despertada en l'anterior onada, la del 13D. En aquella ocasió fins i tot la premsa internacional va destacar enviats especials en diferents punts del país. La BBC, France 2 i la cadena francoalemanya Arte van voler apropar-se al fenomen.

Osona centrava aleshores la major part de l'atenció. No en va: a la comarca s'havien convocat consultes a 34 dels 51 municipis i estava convocada a les urnes el 95% de la població de 16 anys o més. 141 periodistes estaven acreditats, entre els quals, professionals de la BBC, Ràdio Televisió de Luxemburg, dels diaris Le Monde, Libération, de l'agència France Presse, entre d'altres.

Això no obstant, el mes de desembre passat, contrastant amb periodístic detectat en una part de la premsa internacional, TV3 plantejava un seguiment pobre de la campanya prèvia (peces soltes el cap de setmana anterior, i una notícia el dimecres anterior sobre la presentació de Barcelona Decideix. *La Vanguardia* i *El Periódico* van mantenir un silenci informatiu rotund. Per contra, els mitjans digitals i capçaleres com *El Punt* o *l'Avui* impulsaven una cobertura periodística molt intensa.

Analitzar el tractament informatiu de la segona onada de consultes sobre la independència convocades el dia 28 de febrer en 80 poblacions de Catalunya.

- Quantificar el seguiment dels principals mitjans escrits (versió paper, versió digital del diari en paper i versió digital) en els àmbits d'interès de l'estudi i al llarg d'un període determinat, al voltant de la data del 28F (dos dies abans i dos després incloent-hi la pròpia data de la consulta).
- Fer una anàlisi crítica del to i el lèxic de les informacions publicades durant aquest període.
- Apuntar diferències de tractament entre els diaris en paper i les seves versions digitals i entre els mitjans digitals.

Mitjans estudiats

Diaris en paper i la seva versió digital:

- *Avui*
- *La Vanguardia*
- *El Periódico*
- *El Punt edició Girona*
- *Segre*
- *Regió 7*
- *Diari de Tarragona*

Diaris Digitals:

- Vilaweb
- 3cat24.cat
- E-notícies
- Racó Català
- El Debat
- Nació Digital
- Directe
- La Malla

Període

Del 26 de febrer al 2 de Març de 2010 (ambdós inclosos).

No s'ha pogut disposar de la versió digital de *Segre* els dies 27 de febrer i 2 març, per problemes d'accés al servidor del diari.
Per tant la informació sobre aquest mitjà en la seva versió digital és incompleta.

Objecte

Informacions en relació al 28F. No s'han analitzat articles d'opinió ni editorials.

Per dur a terme l'estudi s'han analitzat les informacions dels mitjans definits tot recopilant diferents dades en un seguit de taules. Aquesta metodologia bàsica s'ha vist completada per observacions i anotacions d'altres aspectes significatius com l'ús del lèxic, que s'ha dut a terme a partir de la lectura detallada de les informacions publicades. Aquestes observacions han servit per perfilar i descriure aspectes com per exemple el posicionament del mitjà o el to de la informació que una quantificació simplificada fa difícil de copsar.



1. Punts clau

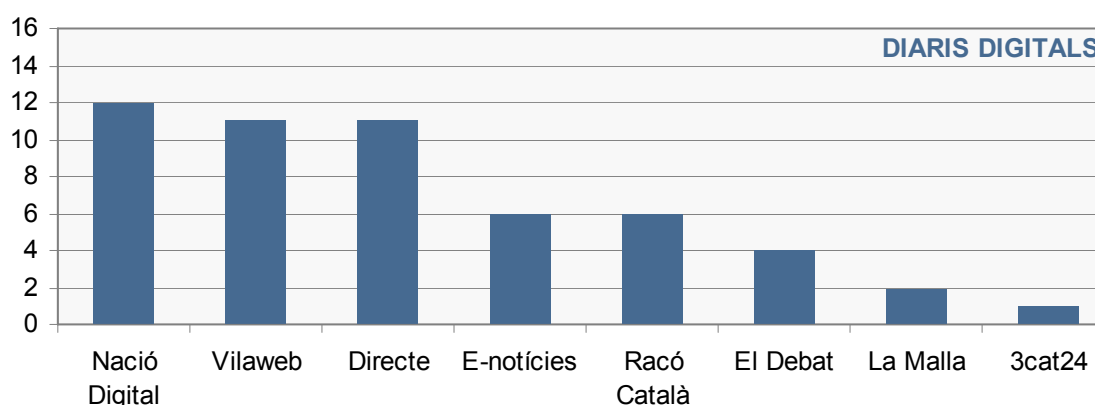
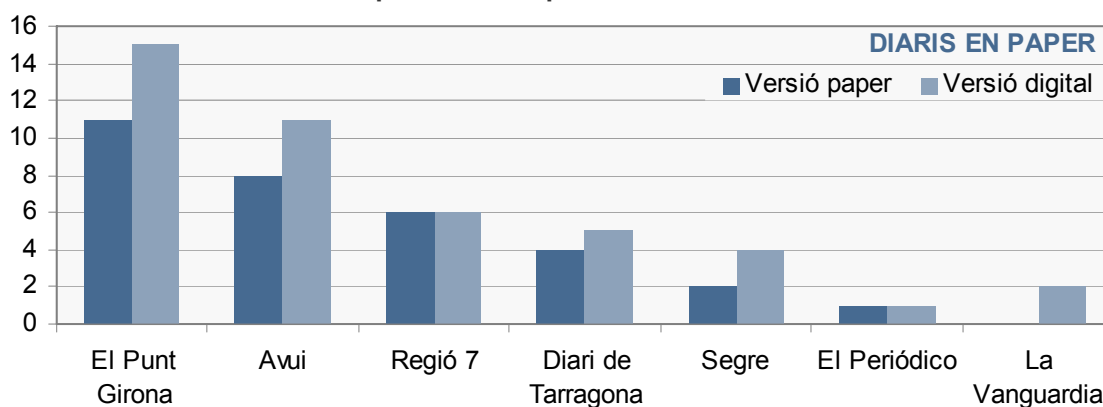
1.1. Les percepcions sobre el grau de transcendència política de les consultes determinen els dos principals tractaments informatius sobre el tema

La principal línia que delimita els dos principals tractaments informatius de la consulta té a veure amb la **capacitat de transcendir l'agenda política** de les convocatòries. Aquesta ha estat la posició expressada en peces editorials i d'opinió (no analitzades en l'estudi), però que determinen el to general de les informacions. Observem un grup de mitjans que argumenta que aquesta capacitat no és significativa, i un altre que sí.

Hi ha una mirada reticent al procés i que tendeix a comparar-lo amb una qüestió social, més que no pas política; i una altra de més compromesa i entusiasta que situa les consultes en un procés de construcció política més general.

La situació de cada mitjà en els diagrames s'ha obtingut puntuant la presència a la portada segons la situació de la informació sobre el tema: 3 punts per la presència a primer nivell de lectura, 2 punts per segon terme, 1 punt per tercer terme o inferior i 0 punts si no hi apareix. Aquesta valoració s'ha fet a cadascun dels dies estudiats i després s'han sumat els punts obtinguts per cada mitjà en el conjunt dels dies.

Grau de presència en portada de les consultes



1.2. Els mitjans que menystenen el procés de consultes informen menys i tracten poc la campanya

Les gran capçaleres com ara *La Vanguardia* o *El Periódico* han tornat a **silenciar bona part de les notícies vinculades amb els dies previs a la consulta**. Aquest fenomen, ja observat en l'anterior consulta, es mostra de forma eloqüent en un exemple concret: l'edició en paper de *La Vanguardia* no dóna cap mena d'informació de les consultes el mateix diumenge en el qual prop de 300.000 ciutadans del país estaven convocats a votar.

L'absència de tensió informativa respecte la consulta és un element desmotivador.

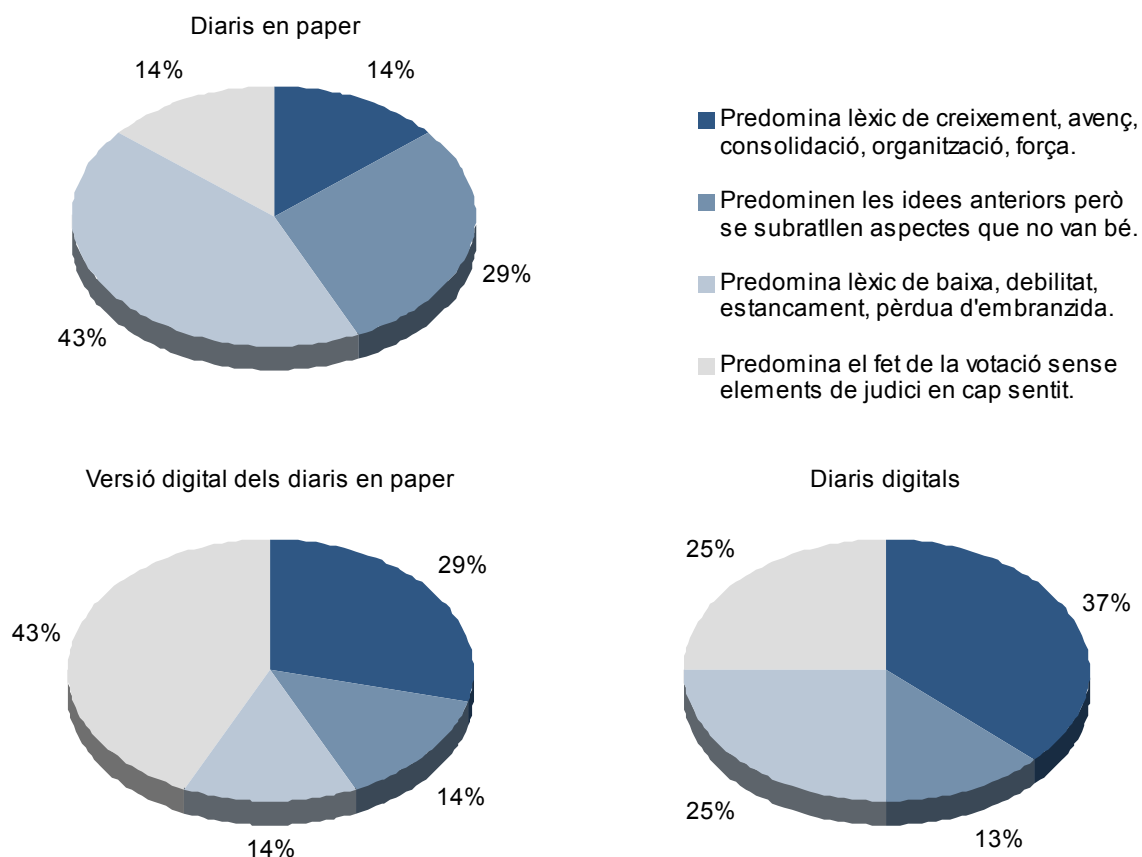
1.3. S'observa un posicionament implícit de crítica en el procés, més que no pas explícit o directe

Les crítiques al procés de consultes s'han fet menys explícites entre els mitjans més reticents. S'observen pocs posicionaments directes contraris a la convocatòria, en tot cas, se'n discuteix l'oportunitat i el grau d'acceptació que té entre la ciutadania.

Es parla de 'simulacre' i es vinculen els bons resultats de la participació (per exemple a Molins de Rei) al bon temps, al vermut i als 3 Tombs. En tot cas, hi ha un intent desvincular les consultes d'una iniciativa de calat polític i social. Es destaquen aquells elements que indiquen pèrdua de suport popular i, en canvi, s'obvien els que expliquen les dificultats logístiques, la diferència d'escala en la potència econòmica i organitzativa dels impulsors, etc.

En l'altra banda, els mitjans que defensen la transcendència de les consultes en la política del país, enriqueixen els criteris per valorar el procés. Es destaca la participació, però també **l'esforç cívica**, la complicació logística, la implicació dels voluntaris... La comparació ja no és tant amb un procés electoral regular, sinó com un 'experiment' o iniciativa singular.

**Posicionament del mitjà respecte al tema
(valoració positiva, negativa o neutra)**



1.4. La premsa digital comença a defensar el seu espai propi

Una part de la **premsa digital** ha pres un paper de lideratge en la informació del procés, canalitzant un tipus d'informació més detallada, molt centrada en el batec del procés a nivell local.

Alguns dels mitjans estudiats han apostat per formes de periodisme amb un marcat component participatiu: habilitació d'espais de Twitter en portada, àlbums compartits a Flickr i exemples de vídeoperiodisme, en el qual destaca una decidida aposta de Vilaweb.

La presència de vincles especials amb xarxes participatives i profusió de material audiovisual encara no és majoritària en els diaris digitals si bé té un pes significatiu. (37%).

En alguns casos, com ara *La Vanguardia*, s'observa un tractament diferenciat sobre les consultes entre la versió de paper i la digital.

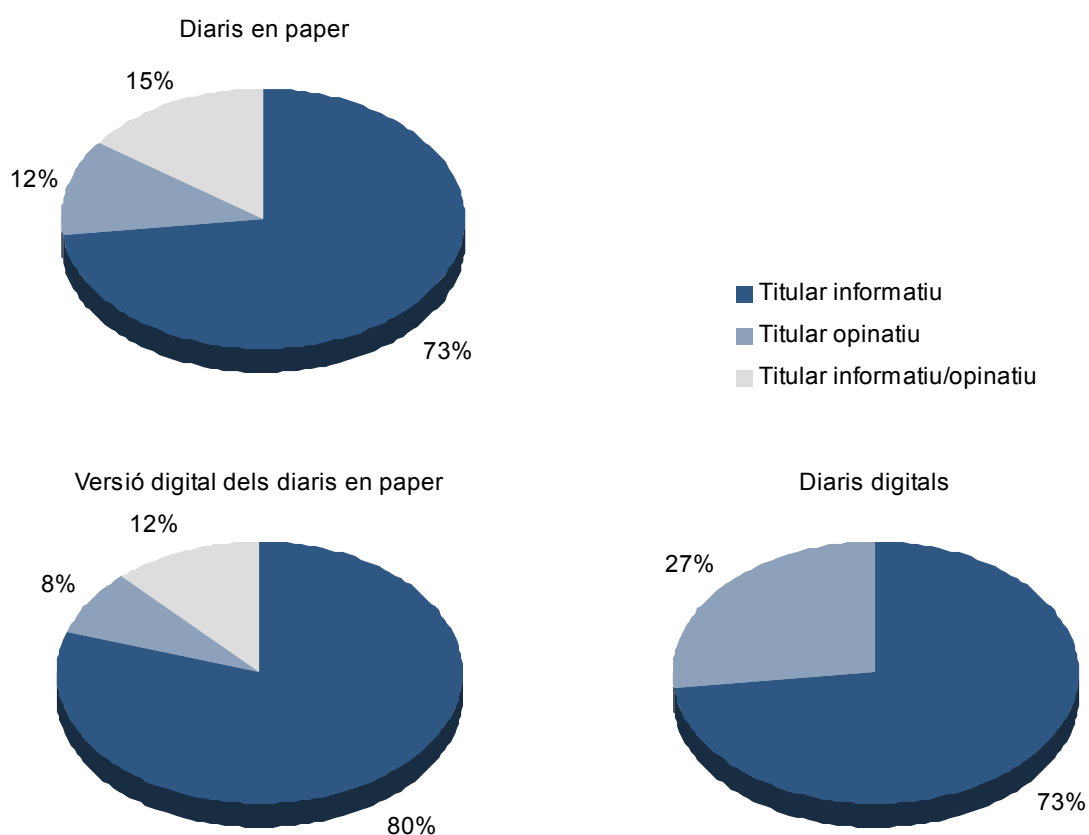
Es detecten dues velocitats en els mitjans digitals: mitjans de paper que tenen una versió digital amb capacitat per actualitzar informació a temps real i aprofitar els recursos de la xarxa; i d'altres que es limiten a emmirallar els continguts del paper al bit.

1.5. Els mitjans digitals aposten per la complicitat

Els mitjans digitals han fet una **aposta més clara per l'opinió** i per un tipus d'informació més difícil d'enclavar en els gèneres informatius clàssics. Una informació on el desenvolupament de la informació -l'actualització constant- hi té un paper molt important.

Els mitjans netament digitals tenen un públic objectiu més homogeni, fet que els permet poder titular amb més complicitat.

El pes de l'opinió o de la informació segons el titular principal





2. El to i els continguts de les informacions

2.1. Com els mitjans han descrit el procés?

2.1.1. Un relat divergent

De l'anàlisi del tractament informatiu del 28F sobre els mitjans i el període analitzats n'afloren dues mirades divergents sobre la convocatòria de les consultes i les seves conseqüències.

Es detecta una mirada **reticent**, més que no pas obertament contrària, la qual menysté la influència política del procés i apunta un impacte 'relatiu' de les consultes sobre les preocupacions 'reals' de la ciutadania. Aquesta mirada la trobem en alguns dels mitjans analitzats, especialment en dues de les capçaleres amb més influència, *La Vanguardia* i *El Periódico*. Aquesta actitud distanciada s'observa en l'ús de titulars que destaquen aspectes de baixa participació, en un dimensionament limitat de les informacions i en l'aplicació d'una apagada informativa durant una part dels dies observats.

De l'altra part, trobem **un relat més convençut** de la influència política i el seu impacte, i per tant interès, en la ciutadania. En alguns moments, els mitjans que projecten aquesta visió la cobertura de les informacions té un to clarament compromès i, fins i tot, entusiasta. En una part important dels mitjans digitals analitzats aquest compromís amb les consultes era ben explícit.

Hi ha, per tant, un enfocament ideològic clar en la majoria d'informacions, que es relaciona clarament amb la línia editorial dels diferents mitjans analitzats.

En aquest sentit, observem diferències clares en:

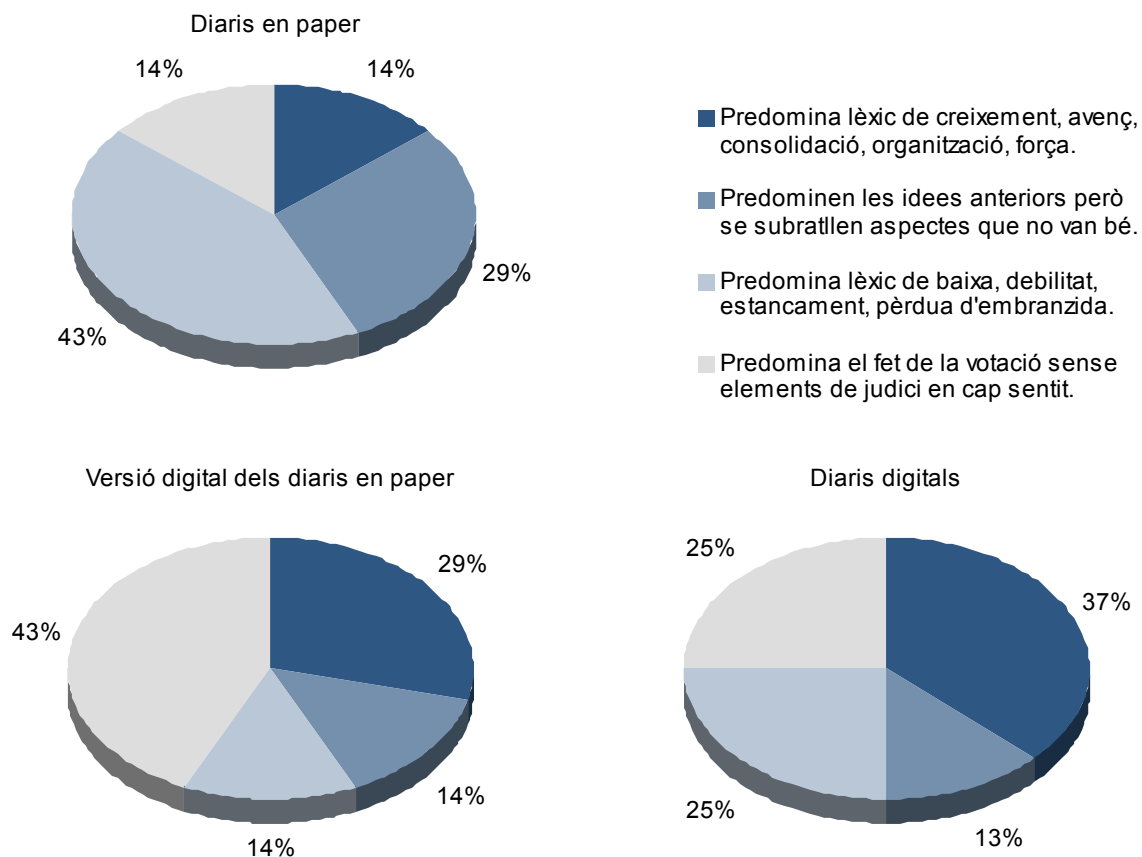
- **La calendarització de la cobertura.** Els mitjans amb una visió més relativitzadora de les consultes han optat per centrar el seguiment en la consulta, el dia abans i l'endemà, principalment; mentre els més convençuts en la influència política del procés han optat per un tractament estès al llarg del temps, tal i com es veu en l'apartat 3.2.
- **L'agenda informativa.** Els mitjans amb una visió més relativitzadora de les consultes han optat per centrar la cobertura en les consultes pròpiament (convocatòria, participació i resultat), obviant del menú informatiu altres qüestions relacionades d'interès: esforç organitzatiu, nombre de voluntaris, posada en marxa de sistemes de vot electrònic. Veure apartat 2.2.
- **El to de les notícies.** De l'anàlisi de l'adjectivació de les informacions se n'extreuen també resultats interessants. Del desinflament i la desconexió del procés (en la banda més crítica) a la consolidació i enfortiment (en la banda més entusiasta).

2.1.2. Posicionament del mitjà

L'anàlisi dels mitjans analitzats difereix principalment en la influència política de les consultes i l'interès que desperta en la ciutadania. És per això que per una banda trobem l'ús d'un lèxic que reforça idees d'avenç, consolidació i força, mentre que en l'altra part predomina un lèxic

que té a veure amb la baixada de participació, l'estancament, la debilitat i la pèrdua de l'embranchida.

Posicionament del mitjà respecte al tema (valoració positiva, negativa o neutra)



Aquesta gràfica mostra clarament la diferència entre el tractament dels mitjans digitals, amb una visió molt més alineada amb la dels organitzadors de les consultes, i els de paper. No s'observen, en aquest cas, diferències significatives de criteri entre els mitjans en paper i les seves versions digitals.

En tot cas, en el cas dels mitjans de paper i les seves versions digitals predomina el lèxic de baixa, estancament, debilitat i pèrdua d'embranchida. Trobem aquest tipus de vocabulari en el 43% de notícies estudiades. Per contra, només un 14% d'aquestes notícies analitzades en els mitjans de paper i les seves versions digitals opten per un lèxic de creixement, avenç, consolidació, organització o força.

En els mitjans digitals, la visió més reticent és minoritària (25%) fins i tot si hi sumem les notícies en les quals subratllen aspectes a millorar en l'organització i el procés.

Les notícies sense elements de judici en cap sentit arriben al 25% en el cas dels mitjans digitals, i només al 14% en el cas dels mitjans en paper i les seves versions digitals.

En resum, s'observa un tipus d'informació molt adjectivada, en un i altre sentit, fet que és més evident en la premsa en paper on trobem un tipus de notícia molt intencionada.

Mitjans en funció del lèxic predominant emprat

	Núm. mitjans	Mitjans en paper	Mitjans digitals
Predomina lèxic de creixement, avenç, consolidació, organització, força	5	<i>Avui</i> <i>Regió 7</i>	Vilaweb Racó Català Nació Digital
Predominen les idees anteriors però se subratllen aspectes que no van bé	2	<i>El Punt Girona</i>	Directe
Predomina lèxic de baixa, debilitat, estancament, pèrdua d'embranchada	4	<i>El Periódico</i> <i>Diari de Tarragona</i>	E-notícies La Malla
Predomina el fet de la votació sense elements de judici en cap sentit	4	<i>La Vanguardia</i> <i>Segre</i>	3cat24 El Debat

2.1.3. Síntesi de titulars

El quadre de la pàgina següent reproduïx alguns dels titulars analitzats i els situa en una quadrícula que mostra els mitjans que eren objecte d'estudi en una gradació que va de la posició més reticent a la més entusiasta amb el procés. Els titulars s'organitzen per famílies d'argumentacions.

Tots els mitjans s'han referit a la baixada de participació, bé que ho han fet subratllant temes diferents.

El *Diari de Tarragona*, tant en les seves edicions en paper i versió digital (sense diferències significatives) certifica la visió menys convençuda amb la influència del procés. En un article d'opinió publicat el 27 de febrer, acusa *El Punt* i l'*Avui* de compartir amb la *COPE* i el *Mundo* (sic) una visió ultranacionalista. Com a mitjà digital, *E-notícies* fa un seguiment de la consulta, des d'un punt de vista força crític, molt enfocat a destacar la baixada de la participació.

En un segon nivell trobem *El Periódico*. El mitjà silencia bona part del procés (vegeu apartat 3), i quan hi dedica informació ho fa per destacar que 'el procés perd pistonada' i s'hi refereix com a 'simulacre', una paraula dura i que voreja la ridiculització per parlar d'una iniciativa de participació ciutadana.

La Vanguardia, *3cat24*, *Segre* i *La Malla* coincideixen en una visió neutra quant a adjectivació, per bé que tots ells opten per no fer un tractament informatiu de les consultes continuat. Els quatre mitjans fan un seguiment força modest, destaca el cas de *La Vanguardia* que el 28 F no dóna cap informació i molt centrat en la consulta, deixant sense tractament informatiu diferents qüestions d'interès.

L'*Avui*, *El Punt Girona* i des d'un àmbit més comarcal *Regió 7*, defensen en el seu tractament informatiu que les consultes tenen influència en la política del país i que connecten amb l'interès dels lectors. És per això que destaquen els vots afirmatius en la consulta i la consolidació del procés. Des d'una punt de vista similar hi diu la seva *Vilaweb*. *Racó Català*, *Directe.cat* i *Nació Digital* són els més entusiastes amb el procés i el seu resultat.

RETICÈNCIA

ENTUSIASME

AVENÇ

CONSOLIDACIÓ

FRIVOLITZACIÓ

BAIXA PARTICIPACIÓ

"El sobiranisme popular, segon assalt" (EL PUNT, 28/2).
"Si massiu" (REGIÓ 7 01/03)
"El sí a la independència torna a arrasar" (Directe, 01/03)
"El sí escombra de nou..." (Racó Català 28/02)

"L'augment del no, signe de normalitat" (EL PUNT 01/03)
"Les consultes mantenen el múscul" (AVUI 01/03)
"Les consultes es mostren sòlides, malgrat el descens de participació" (Vilaweb 28/02)

"Els 3 Toms ajuden les consultes." (EL PERIÓDICO 1/03)
"L'Independentisme perd força en el segon simulacre de referèndum" (EL PERIÓDICO 01/03)

"Les consultes en l'hora del vermut" (DIARI DE TARRAGONA 1/03)

"Les consultes Sobiranistes es desinflen" (E-NOTÍCIES 28/02)
La participació en las consultas cae seis puntos en la demarcación (DIARI DE TARRAGONA 01/3)

"Pierde fuelle" (DIARI DE TARRAGONA 1/03)
"Perd pistonada" (EL PERIÓDICO 1/03)

"Las consultas independentistas pierden un 6,5% de participación" (LV 01/3)

"Sí rotund, tot i que baixa la participació" (EL PUNT 1/03)"

DIARI DE TARRAGONA

E-NOTÍCIES

EL PERIÓDICO

LA VANGUARDIA

3CAT24

SEGRE

LA MALLA

DEBAT

AVUI

EL PUNT

REGIÓ 7

VILAWEB

RACÓ CATALÀ

DIRECTE.CAT

NACIÓ DIGITAL

A continuació, es relacionen els titulars principals dels mitjans estudiats el dia de la consulta i l'endemà. En el cas de les versions digitals dels diaris de paper observats, la informació recupera els titulars centrals, i al llarg del dia es van fent actualitzacions dins el paraigua definit per la informació del paper. En el cas de ser-hi, s'apunten les diferències significatives entre les versions digitals i de paper.

El dia de la consulta: 28F

-

(La Vanguardia)

80 municipios catalanes afrontan la segunda ronda de consultas soberanistas
(lavanguardia.es, versió digital)

L'independentisme es torna a posar a prova i no renuncia a BCN
(*El Periódico*)

El 'sí s'imposa a la consulta soberanista, però la participació cau el 6% respecte de la primera onada
(elperiodico.es, versió digital, al final del dia)

Més de 15.000 lleidetans cridats avui a votar sobre la independència
(*Segre*)

80 municipios votan hoy sobre la independencia
(*Diari de Tarragona*)

La segona volta
(Avui i avui.cat, que va fent actualitzacions al llarg del dia)

Les consultes de la consolidació
(*El Punt*, el Punt digital al llarg del dia va apuntant canvis en la participació a partir d'informació d'agència.)

Cardona canalitza l'optimisme de les consultes soberanistes mirant enrera
(*Regió 7*)

S'enceta la segona onada de consultes amb 300.000 catalans de 80 municipis cridats a votar sobre la independència
(directe.cat, al llarg del dia va actualitzant aquesta informació abastament)

Els electors de vuitanta municipis voten sobre la independència
(Vilaweb, va actualitzant la informació i penjant vídeos i propostes informatives complementàries al llarg del dia.)

Les consultes perden gas
(La Malla)

Uns 80 municipis catalans celebren consultes soberanistes
(E-notícies, va fent actualització al llarg del dia)

300.000 catalans poden votar avui sobre la independència
(Racó Català, també va fent actualitzacions)

37.645 persones han votat a les consultes independentistes fins les 14h, un 13% dels electors
(3cat24.cat, fa un tractament informatiu molt escàs.)

El 28F crida a les urnes 80 municipis de 25 comarques
(el debat.cat, actualitza la informació i presenta)

L'endemà de la consulta

Las consultas independentistas pierden un 65% de participación

(*La Vanguardia*)

L'independentisme perd força en el seu segon simulacre de referèndum

(*El Periódico*)

La participación en las consultas cae seis puntos en la demarcación

(*Diari de Tarragona*)

El 'sí' a la independència torna a arrasar a Lleida però la participació descendeix al 29%

(*Segre*)

Les consultes mantenen el múscul en la primera revàlida

(*Avui i avui.cat*)

Sí rotund tot i que baixa la participació

(*El Punt*)

Si majoritari a la independència en la segona onada de consultes a la Catalunya Central

(*Regió 7*)

240.000 catalans ja han dit 'sí' a la independència

(*directe.cat*)

La participació a les 5 consultes del Bages tanca amb un 30,58%, i un 88,39% de vots afirmatius

(*Nació Digital / Manresainfo.cat*)

Les consultes es demostren sòlides, malgrat el descens de participació

(*Vilaweb*)

Les consultes independentistes punxen en participació

(*La Malla*)

Sí 'descafeïnat' a la independència

(*E-notícies*)

255.000 catalans ja han opinat sobre la independència gràcies a les consultes

(*Racó català*)

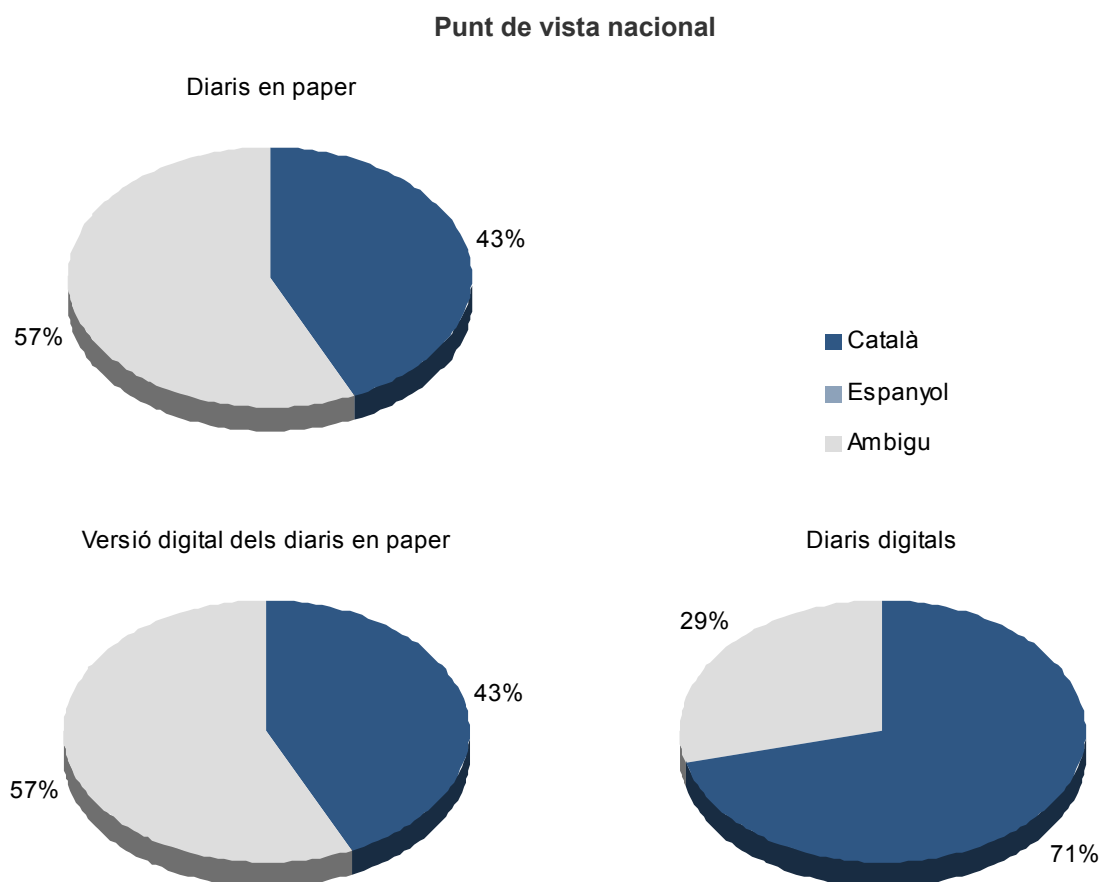
Més de 60.000 catalans han votat en la segona onada de consultes independentistes, un 21% de participació

(*3cat24.cat*, tractament a través d'*acn*)

La participació final és del 21,55%

(*el debat.cat*)

2.1.4. Marc referencial dels mitjans



El punt de vista català inclou des del catalanisme fins al sobiranisme. És aquell punt de vista que considera Catalunya com àmbit central de referència. L'espanyol seria aquell on l'àmbit central de referència és l'estat; i l'ambigu el que no es pot adscriure clarament a cap dels dos perquè o bé intenta no participar de cap punt de vista o agafa elements propis de tots dos.

Del punt de vista nacional espanyol se'n derivaria una ignorància o una bel·ligerància front a les consultes que no s'ha trobat en els mitjans analitzats (i que segurament es podria veure en alguns diaris de Madrid) ja que encara que no hi hagi un posicionament favorable tampoc s'identifiquen senyals de clara hostilitat i es reconeix una certa normalitat a les consultes.

L'ambigüitat és el factor dominant en la premsa en paper i en la versió digital d'aquesta premsa.

En canvi, el punt de vista català és netament superior en els diaris digitals en relació als diaris en paper i les seves versions digitals.

2.2. Quins han estat els principals elements periodístics tractats?

2.2.1. Amb quins altres temes va competir el 28F?

En el període analitzat, que bascula al voltant del cap de setmana del 27 al 28 de febrer, les notícies sobre les consultes van competir amb **els següents esdeveniments**:

- L'enquesta de la UOC sobre l'acceptació de la independència de Catalunya per part dels espanyols.
- El terratrèmol de Xile.
- La detenció a França del cap d'ETA.
- El temporal Xynthia a Europa amb diversos morts.

La publicació dissabte 27 de febrer dels resultats de l'**enquesta de l'UOC** sobre l'acceptació de la independència de Catalunya per part dels espanyols va servir a diferents mitjans per vincular la informació amb les consultes. Es pot dir, per tant, que aquesta notícia va reforçar el tractament informatiu del procés sobiranista, per bé que amb tractaments divergents.

Malgrat que l'enquesta de la UOC posava l'accent sobre un aspecte no tractat habitualment -quina seria l'actitud dels Espanyols respecte la independència?- només els mitjans situats en l'eix sobiranista destaquen aquest fet. La resta fa un titular de seguiment, rutinari, del tipus "el suport a l'independentisme 'baixa'". No és cap baixada espectacular -el mateix *Periódico* reconeix que ho fa 'lleugerament' i *La Vanguardia* que s'estanca- fet que fa més sorprenent l'enfocament.

De fet, el *Diari de Tarragona* diu el 27 de febrer: 'el 51,6% de los españoles aceptarían la independencia de Cataluña'.

El Punt remarca que 'Els espanyols creuen en l'autodeterminació però s'oposen a la de Catalunya', també el 27 de febrer. El *Segre* situa la informació sobre les consultes dins una notícia que parla d'un sondeig de CiU. Obre la informació sobre l'enquesta de la UOC subratllant 'contradiccions sobre l'autodeterminació'. El 3cat24 diu 'Sí, però no per Catalunya': El 80% dels espanyols accepten l'autodeterminació però la meitat la neguen si es tracta de Catalunya.

Una hipòtesi per valorar és que el titular 'L'independentisme s'estanca' a un dia de la consulta té un potencial desmobilitzador més gran que no pas el que la majoria relativa de la població espanyola acceptaria una Catalunya independent.

De la resta de temes principals de portada aquells dies destaca el terratrèmol de Xile, per abast i espectacularitat de les imatges.

2.2.2. Quins ingredients conformen la fórmula informativa vinculada a les consultes?

El nombre de votants convocats, prop de 300.000 persones, el número de voluntaris mobilitzats, uns 8.000, i l'esforç logístic mantingut pels ciutadans d'una vuitantena de municipis conformen un tema de clar interès informatiu per la seva singularitat. El procés té, a més, el suport de diferents formacions polítiques i d'entitats molt representatives al territori. Sembla clar, per tant, que hauria de tenir un tractament sostingut en el temps, prou detallat com per explicar totes les seves implicacions.

Els mitjans analitzats s'han referit a les consultes: convocatòria, jornada electoral i resultats, però hi ha alguns aspectes que han quedat al marge d'algunes agendes informatives.

Entre els elements noticiables que han tingut un **tractament més deficient** per part dels mitjans menys convençuts del pes polític de les consultes:

El cens electoral

El cens electoral convocat ha inclòs joves d'a partir de 16 anys i els immigrants, que no poden votar en les convocatòries electorals oficials. Aquest fet altera la participació i, per tant, també els percentatges associats, els quals es redueixen sensiblement. Aquesta circumstància és passada per damunt de la majoria de mitjans amb una visió més distanciada del procés, fet que dona insuficients elements als lectors per formar-se una opinió crítica sobre el tema.

Extensió del procés al baix Llobregat

L'arribada del procés al Baix Llobregat despertava força expectació. Les consultes, fins al moment, quedaven vinculades en els territoris on el sobiranisme és més referent. L'extensió d'aquesta proposta en àmbits allunyats d'aquestes realitats suggeria preguntes interessants.

Vilaweb es va aproximar a aquest tema amb una informació en forma de videoreportatge. "Els independentistes que parlen castellà" intentava copsar els posicionaments de diferents ciutadans de Molins de Rei, Begues i Torrelles de Llobregat el dia de la votació. El títol reflecteix les opinions d'algunes persones que defensen la independència per raons d'eficiència econòmica i organitzativa. El vídeo del 28F en reforçava un altre d'uns dies enrere: "Especial 28-F: vota el Baix Llobregat, l'independentisme dels 'altres catalans'."

L'arribada del procés al Baix Llobregat també va ser tractat en una crònica d'ambient per *El Periódico*, que va lligar el tema amb la celebració dels 3 Tombs: "Els 3 Tombs ajuden les consultes".

Votacions digitals

Quatre dels vuitanta municipis que van votar sobre la independència van fer servir un sistema de vot electrònic: Vilassar de Mar, Caldes de Montbui, El Vendrell i Alella. En un reportatge amb vídeo Vilaweb explicava com funcionava el sistema, tot explicant la seva implantació en un dels municipis, Alella, l'únic d'aquests tres pobles que ha implantat el sistema completament.

2.3. Quins recursos periodístics s'han utilitzat?

L'anàlisi del tractament informatiu revela un **aprofitament desigual** dels recursos de les tecnologies de la informació entre els mitjans amb presència a Internet.

2.3.1. En l'actualització de la informació

Es mantenen les versions digitals dels diaris que són meres actualitzacions (*Regió 7, Segre, Diari de Tarragona*). El cas d'*El Punt* trenca la dinàmica d'emmirallar l'edició, tot i que ho fa tímidament amb informació d'agència al llarg del 28 de febrer, tot mostrant les diferents dades de participació.

La Vanguardia mostra una línia diferenciada en la selecció de notícies: eloqüentment, el 28 de febrer, la versió en paper obvia tota referència a la consulta, mentre que la versió digital dedica un espai en un segon nivell de portada ben destacat i va publicant diferents informacions sobre la consulta.

The screenshot shows the digital edition of La Vanguardia newspaper on February 28, 2010. The page features a navigation bar with categories like 'INICIO', 'SERVICIOS', 'PARTICIPACIÓN', 'FOTOS', 'VIDEOS', 'BLOGS', 'HEMEROTECA', 'HAGOCLIC.COM', 'INMO', 'EMPLEO', 'MOTOR', 'PROMOS LV', and 'Acceso Usuarios / Registro'. The main headline is 'LIGA BBVA Xerez, 1 - Espanyol, 1 (Final del partido)'. Below this, there are three columns of sports news: 'DEPORTES' with sub-sections 'TRABAJADA VICTORIA' (El Madrid olvida los fantasmas y vence al Tenerife a domicilio), 'TRABAJADA VICTORIA' (Triunfa la justicia poética), and 'INTERACTIVO' (Compare el rendimiento entre jugadores de la Liga). A large article titled 'LUCHA ANTITERRORISTA: Cae el número uno del aparato militar de ETA' is featured, with a sub-headline 'Ibon Gogescotxea y otros dos etarras que estarían preparando un atentado fueron detenidos en Francia. Es la quinta vez en dos años que se descabeza la cúpula de la banda terrorista'. To the right, there are three sponsored boxes: 'EL TIEMPO ofrecido por repsol.com', 'LA BOLSA ofrecido por grupo GVC Gaesco', and 'LA CONTRA ofrecido por abertir'. Below these is a video player titled 'VOTO POPULAR' showing a woman at a voting station. At the bottom right, a news snippet states 'La participación cae un 2% con respecto a la jornada de consultas de diciembre'.

2.3.2. En la capacitat d'aprofitar el medi

Vilaweb lidera clarament l'ús dels recursos del medi digital entre els mitjans analitzats. El mitjà va dedicar una part de la portada en diferents ocasions al llarg del 28F a *retratar* el batec de la

xarxa respecte les consultes. Ho va fer amb l'aplicació Cover it live que enllaçava les actualitzacions de Twitter i Facebook referides a les consultes. No només això, Vilaweb TV va editar un conjunt de vídeos que demostraven l'aposta informativa del mitjà amb les consultes. D'entre els vídeos, en destaca un de ben original sobre les votacions a Breda/Ventdelplà i l'emissió d'un debat en directe la mateixa nit electoral. Al marge d'això, un espai regular en forma de blog canalitzava bona part de la informació, tal i com ja va succeir en l'anterior consulta.

VilaWeb Diumenge 28.02.10 **Informació Portada**

L'Oratge Última hora DO Catalunya Vine al tast gratuït Aeroport Lleida-Alguaire Vullvotar.cat tot sobre el 28F Mapa i entrada a les seccions de VilaWeb

El 28-F tanca amb una participació del 21%

És sis punts inferior a la del 13-D
Avui s'han dipositat a les urnes unes 60.000 paperetes
La Coordinadora es mostra satisfeta amb els resultats

El 28-F LIVE!

8:53 **NacioDigitalcat**: Sant Feliu de Pallerols. 33,01% de participació. 86,84 SÍ, 6,84 NO, 6,05 BLANCS i 0,26 NULS. #28F #consultes

8:54 **fenixenflames**: RT @consultasbd: St quinze resultats #28F #consultes 2293 vots (16.55% cens) 2215 sí 135 no 39 blanc 2 nuls

Debat
El 28-F Seguiu i comenteu la

MILÀ
VOLS DES DE 25€

Vilaweb, però també l'Avui, El Punt, Racó Català, Directe o Nació Digital tenen habilitat un recull de notícies sobre el tema en forma d'hemeroteca temàtica.

2.3.3. En l'ús de xarxes socials

Directe anima la participació dels seus lectors a través de Twitter i situa una finestra amb les últimes actualitzacions a portada. Vilaweb torna a aprofitar l'aplicació Cover it live, com és habitual en els darrers mesos. Twitter esdevé un instrument interessant per la capacitat que té de sumar participació i informació. Twitter és clau a l'hora de visualitzar immediatesa, però especialment, és clau en la generació de comunitat. Es va donar el cas que el canal 3cat24.cat enllaçava amb les actualitzacions de Twitter que informaven del terratrèmol de Xile en el mateix moment que Vilaweb i Directe ho feien amb les més properes del país.



La participació del 28F ha superat lleugerament el 21%

Sis punts per sota de la participació registrada el 13D · Han votat uns 60.000 catalans dels gairebé 300.000 que tenien dret a fer-ho

Un cop tancats els col·legis electorals, la participació a les consultes sobre la independència que s'han celebrat aquest diumenge 28 de febrer a 80 municipis ha superat el 21%. Això significa, segons les dades de la Coordinadora Nacional de les Consultes, que prop de 60.000 persones de les gairebé 300.000 amb dret a vot s'han pronunciat sobre la independència del país. Aquest percentatge és sis punts per sota de la participació registrada en la primera onada de consultes del 13 de desembre, que va superar el 27%. La participació registrada fa que la coordinadora estigui satisfeta perquè es demostra que ja no cal el factor

28F Envia les teves piulades sobre les #consultes

tmallafre
21:40H
RT @ramossalvat: DADES CAMP DE TARRAGONA al tancament dels col·legis a les 20:00h
<http://ves.cat/acST #28F>
#consultes

NacioDigitalcat
21:40H
Riudecanyes :36.08 % de participació, 332 vots emesos. Sí 92.78%,No 4.21%, en Blan 3.01%
#28F #consultes... Llegir més

NacioDigitalcat
21:40H
La Pobla de Lillet. Sí 97% NO 3% Part. 32% #28F #consultes... Llegir més

NacioDigitalcat
21:40H
La Vall d'En Bas. Sí 92% NO 2% Part. 44% #28F #consultes... Llegir més

musicbcn
21:40H
fracàs absolut de l'independentisme a Llinars. Majoria Absoluta d'ERC a l'Ajuntament i menys del 18% de participació.

el 28-F segueix les consu

EDITORIALS
Professionalitat
A directe!cat no ens tremola la mà per dir que ens hem equivocat. Però hem rectificat, i ja ens agradaria que altres mitjans de comunicació actuessin amb la mateixa professionalitat. Massa vegades el silenci pels errors publicats és la norma ... [+]
72 JOFRE · Més val deixar-ho estar perquè de respecte aquesta gent no en té...



PUNT DE MIRA
Rahola, cavernícola? 10
Dividint el PP 2

Vilaweb té un àlbum a Flickr on penja fotografies sobre la consulta, a l'igual que Nació Digital.

Alguns mitjans aprofiten la tecnologia de Google Maps per assenyalar el mapa de municipis consultats o que participen del procés.

A stack of several books is shown, with a white cover visible on the left side. The books are stacked in a slightly offset manner, creating a sense of depth. The text "3. La cobertura periodística" is overlaid on the bottom right of the image.

3. La cobertura periodística

3.1. Portada i peces a l'interior

3.1.1. Presència en portada

Els diaris on les consultes han estat més temps en portada han estat *Avui* i *El Punt*. A l'*Avui* en paper durant quatre dies i en la versió digital durant cinc dies. A *El Punt*, el repartiment ha estat de tres dies en paper i cinc dies en versió digital.

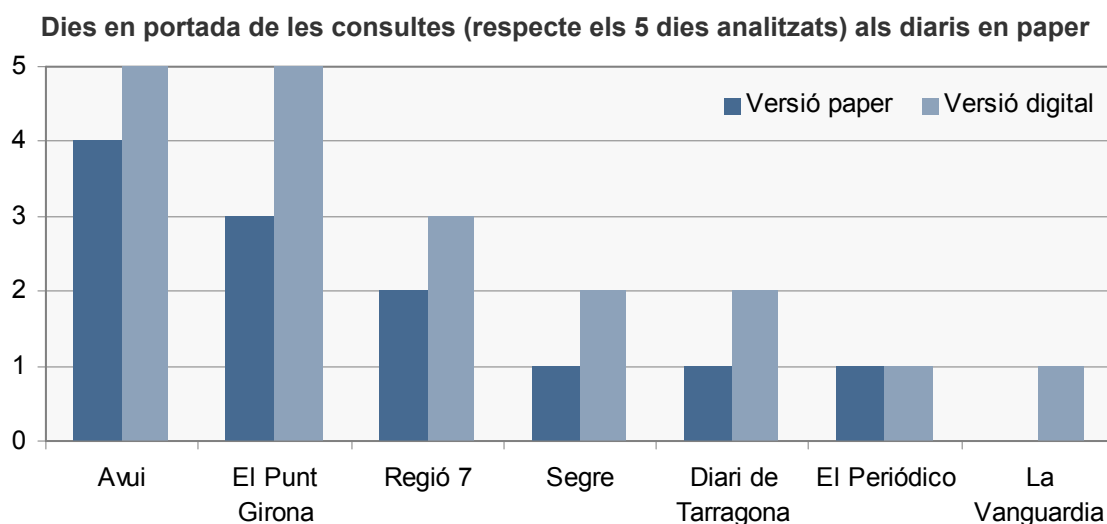
Al *Regió 7* la informació sobre les consultes ha aparegut dos dies en portada (el 27 i l'u però curiosament no el mateix 28) i 3 en la versió digital.

Al *Segre*, hi ha dedicat portada un dia en versió paper (el dia 1) i dos dies en la versió digital. Aquí, però, cal subratllar que per problemes d'accés al servidor no es va poder determinar quina havia estat la presència en portada els dies 27 de febrer i el 2 de març. Per tant la informació sobre aquest mitjà en la seva versió digital és incompleta.

Al *Diari de Tarragona* la informació sobre les consultes ha aparegut en portada en paper un dia (el dia 1) i dos dies en la versió digital.

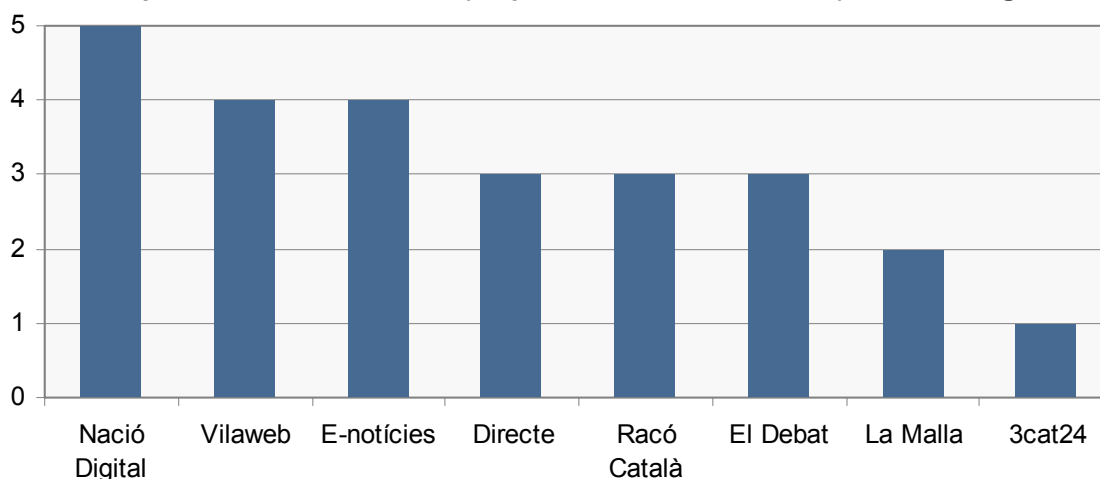
A *El Periódico* la informació ha aparegut en portada el dia 28 a la versió digital i el dia 1 en paper.

A *La Vanguardia* en paper no ha aparegut a la portada cap informació cap dia i en la versió digital ha aparegut un dia, el 28



Pel que fa als diaris Digitals la major presència en portada correspon a **Nació Digital** amb els cinc dies del període estudiat, seguit de **Vilaweb** i **E-Notícies** amb quatre dies. Tres dies han sortit a la portada informacions de les consultes a **Racó Català**, **Directe** i **El Debat**; dos dies a **La Malla** (28 i 1) i un dia a **3cat24** (28).

Dies en portada de les consultes (respecte els 5 dies analitzats) als diaris digitals



3.1.2. Grau de presència en portada

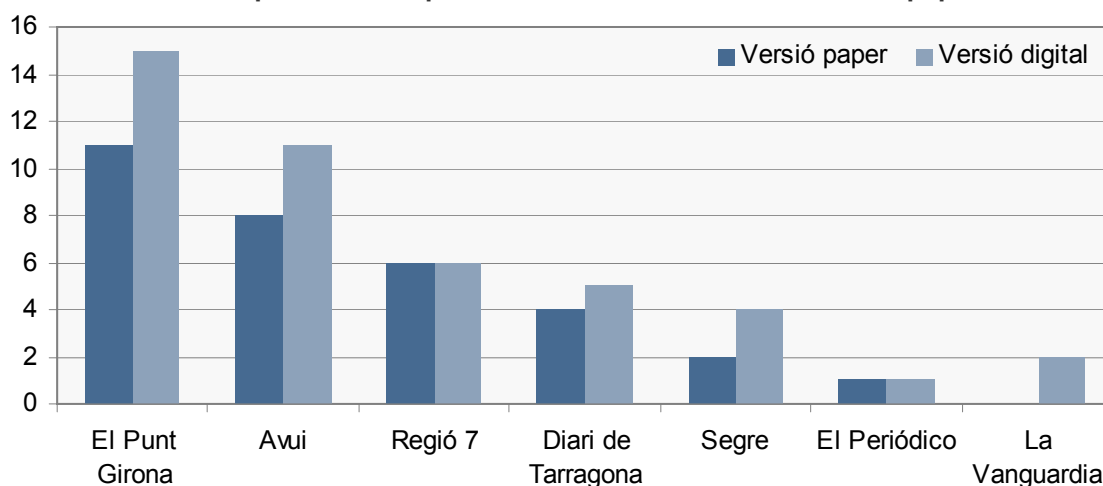
En aquest punt es valora el grau de presència en portada segons la ubicació de la informació dintre de la primera pàgina en els dies que hi apareix.

Per poder fer aquesta valoració s'ha establert un barem que puntua la presència en portada de la següent manera: 3 punts per la presència a primer nivell de lectura, 2 punts a segon nivell, 1 punt a tercer nivell o inferior i 0 punts si no hi ha informació en portada.

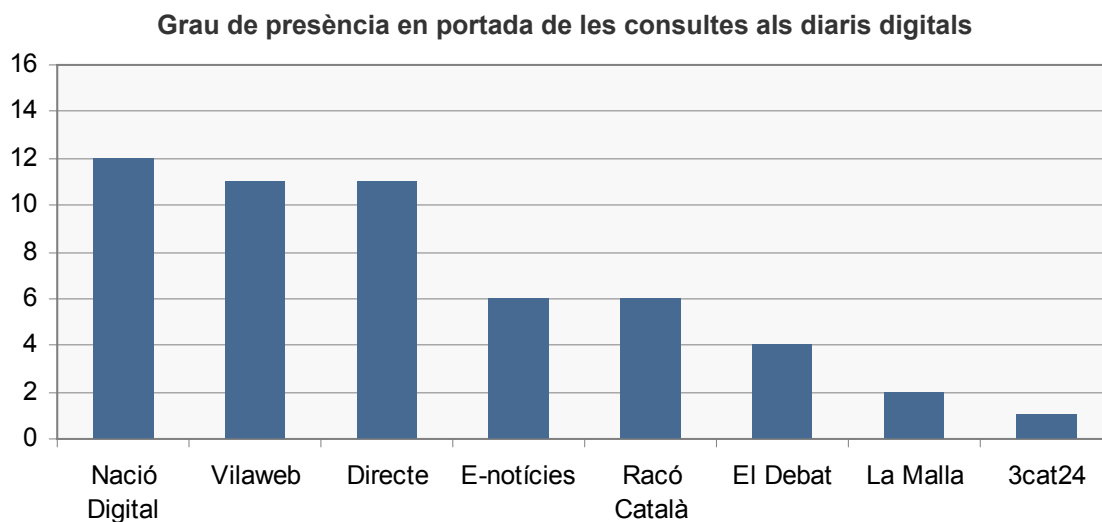
Aquesta valoració s'ha fet per cadascun dels dies i mitjans estudiats. Els resultats han servit per elaborar gràfics evolutius per cada mitjà i, amb la suma de tots els dies, construir uns diagrames (rànkings) que permeten veure quins mitjans han tret el tema en portada però sobretot quina importància li han donat dintre la primera pàgina.

Els diagrames per a la premsa en paper i la seva versió digital **no presenten grans diferències**. A banda de la petita incertesa del comportament del *Segre* per les dificultats a l'hora de recopilar la informació ja esmentades, s'observa que l'única variació radica en els dos últims llocs que en el paper estar ocupats per *El Periódico* i *La Vanguardia* en aquest ordre i en versió digital pels mateixos diaris però amb l'ordre canviat.

Grau de presència en portada de les consultes als diaris en paper



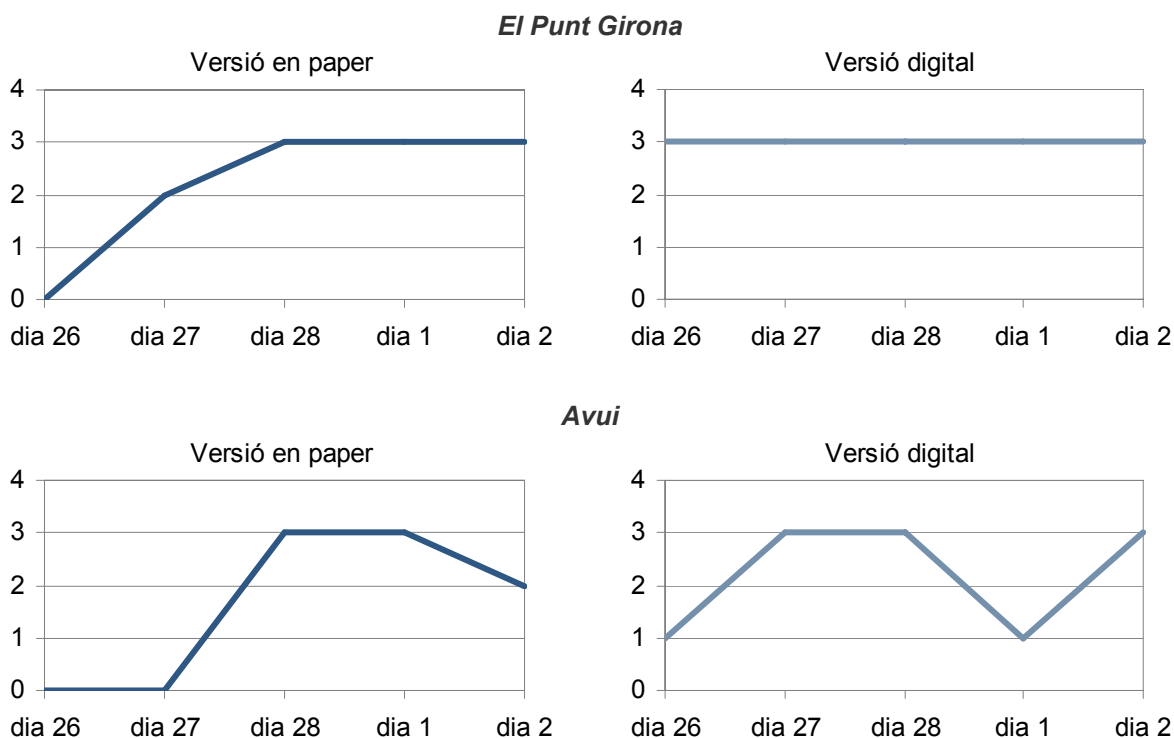
Pel que fa als diaris digitals, la **major presència en portada** correspon a **Nació Digital**, **Vilaweb** i **Directe**. Es pot observar que si bé es compleix de manera general que els mitjans més compromesos ideològicament també lideren el rànquing hi ha excepcions perquè Racó Català és totalment favorable a les consultes però en aquest cas la posició d'aquest mitjà respon més aviat als recursos disponibles. **Cal destacar la presència de 3cat24 en darrer terme per darrera de La Malla o El Debat.**



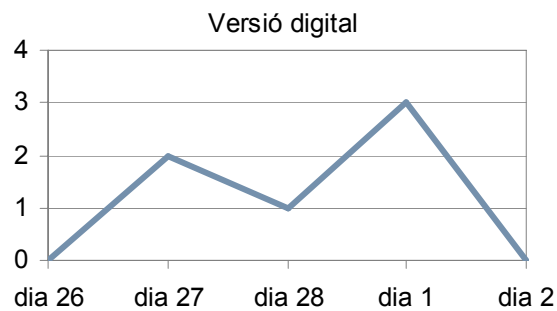
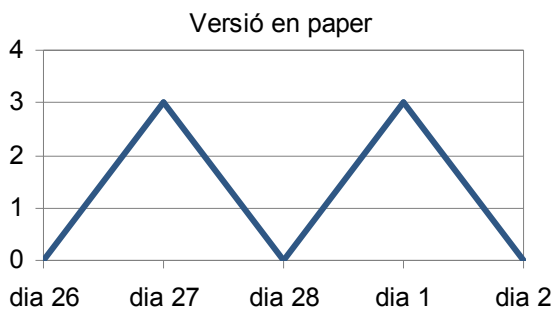
3.1.3. Evolució del grau de presència en portada

A continuació es pot veure l'evolució de la presència en portada (presència i importància de la informació) per cada mitjà en els tres grups estudiats.

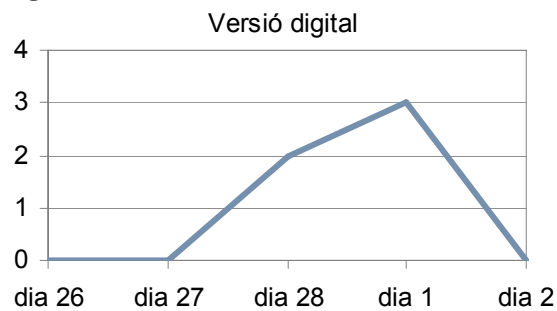
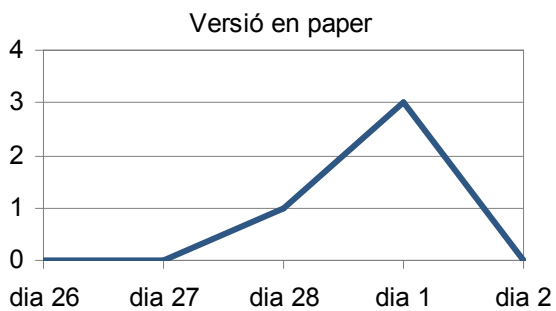
Evolució del grau de presència en portada. Diaris en paper



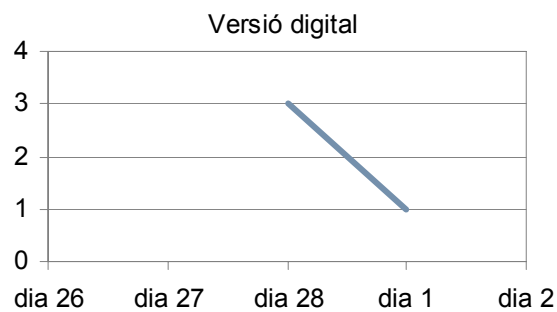
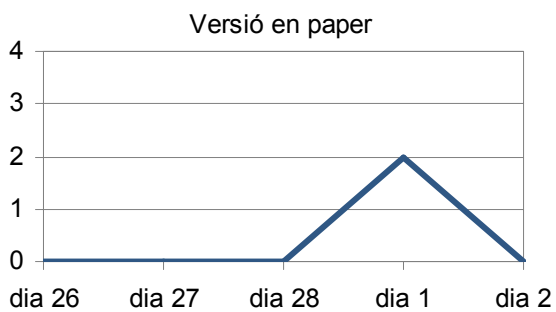
Regió 7



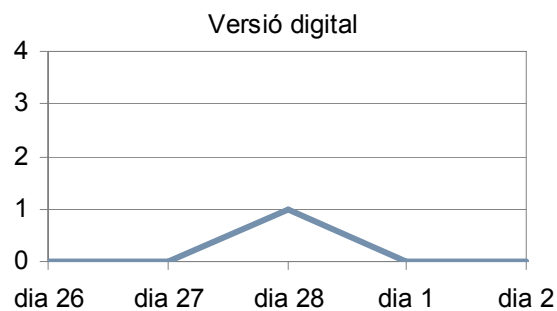
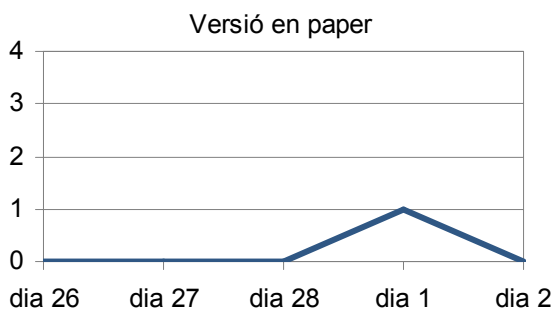
Diari de Tarragona



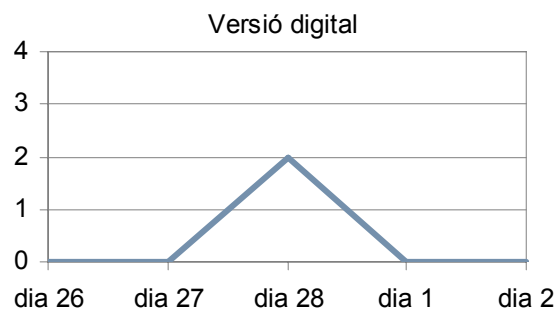
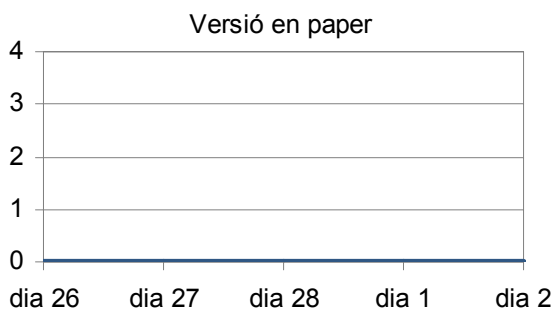
Segre



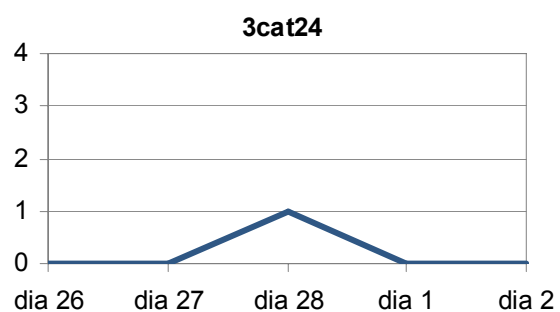
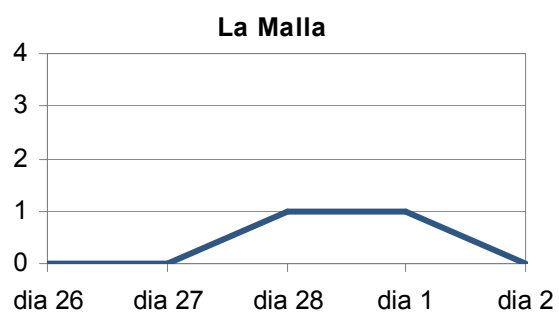
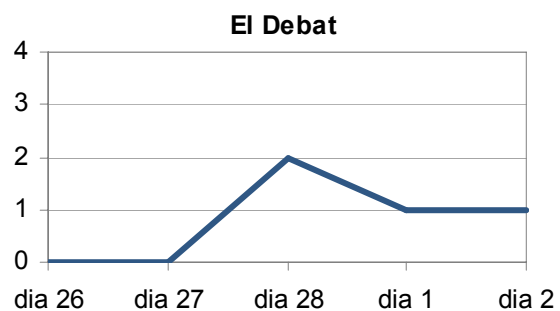
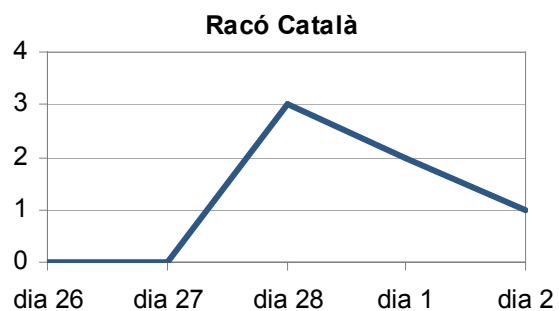
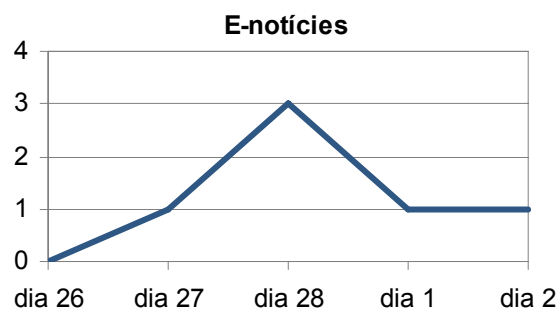
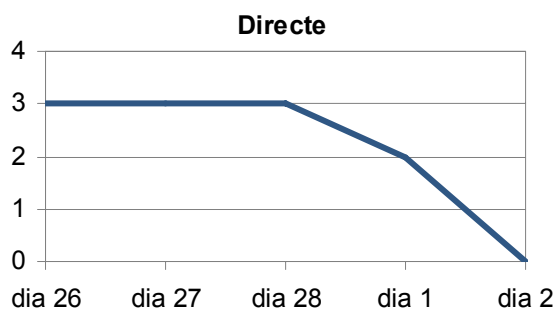
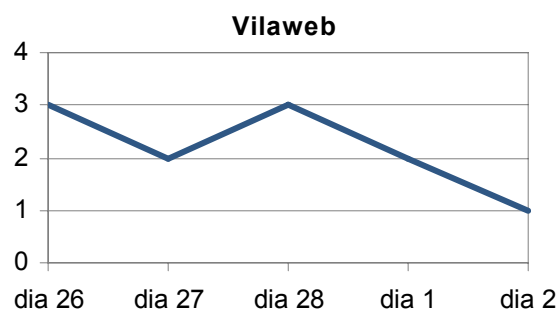
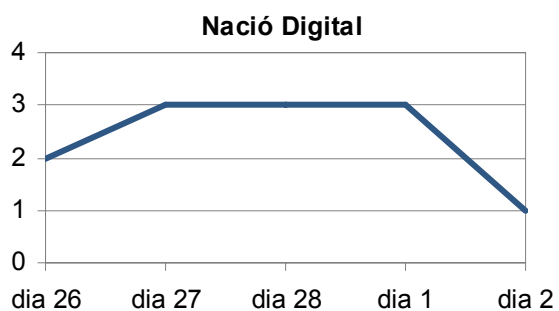
El Periódico



La Vanguardia



Evolució del grau de presència en portada. Diaris digitals



Hi ha una relació directa entre posicionament favorable del mitjà i presència en portada

3.2. Els dies amb més tractament informatiu

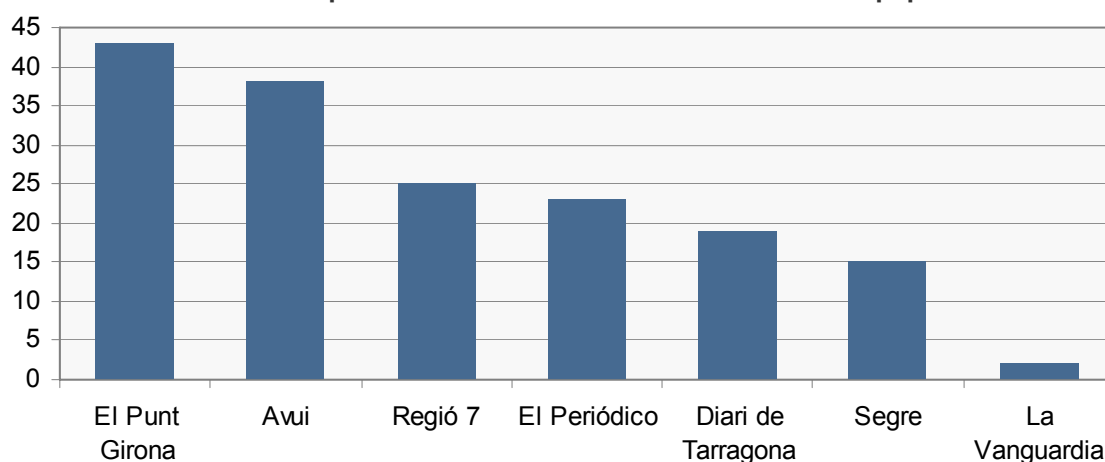
3.2.1. Nombre de peces o notícies complementàries

Per peces cal entendre les informacions elaborades en el període estudiat en relació a l'actualitat del tema. Aquí no s'han contemplat per exemple els enllaços que algun diari en versió digital hagi pogut fer a notícies d'hemeroteca referides a consultes anteriors.

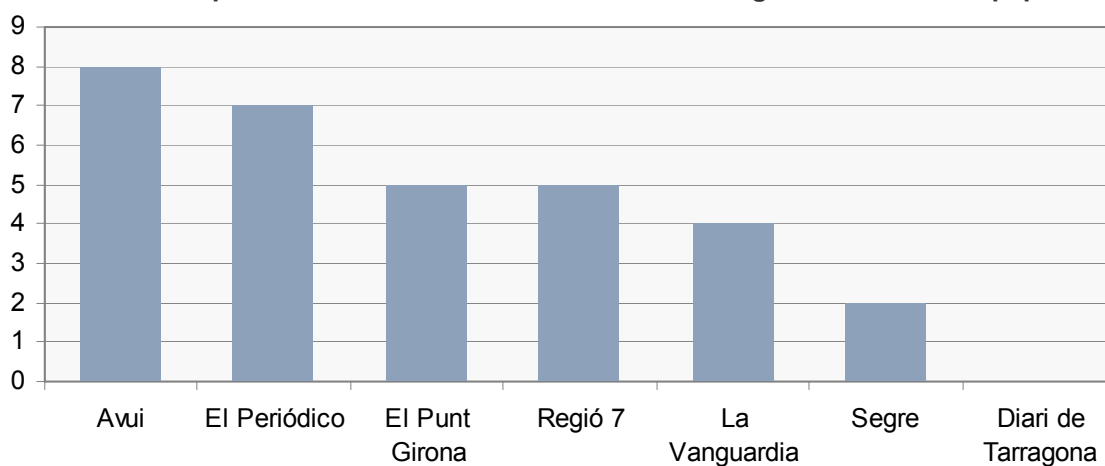
D'altra banda en aquest apartat **no s'han considerat els diaris digitals** ja que l'ús més avançat dels recursos audiovisuals i de participació social els fa poc comparables als diaris en paper i la seva versió digital.

Els dos diagrames que segueixen presenten el nombre de peces dedicades a les consultes pels mitjans. L'ordre s'estableix a partir de la suma del nombre de peces que cada mitjà ha dedicat al tema des del dia 26 fins al dia 2.

Nombre de peces dedicades a les consultes. Diaris en paper



Nombre de peces dedicades a les consultes. Versió digital dels diaris en paper



En els diaris en versió paper destaquen **El Punt** i l'**Avui** amb més de 30 peces, mentre a la cua es troben **Segre** i **La Vanguardia**, aquest darrer amb menys de 10 peces.

Hi ha notables diferències pel que fa a peces dedicades entre els diaris en paper i els diaris en versió digital. La principal diferència és que els diaris en paper presenten -amb alguna excepció com **La Vanguardia**- **moltes més peces** que les seves versions digitals.

A més els rànquings dels dos grups presenten **variacions importants** en l'ordre dels mitjans.

Cal esmentar que en el cas de l'**Avui** i **El Punt** el poc nombre de peces complementàries es veu àmpliament compensat per la presència de **enllaços a seccions especials** que són un recull de peces i notícies sobre les consultes anteriors i altres temes relacionats, que aquí no han estat comptabilitzades ni representades gràficament.

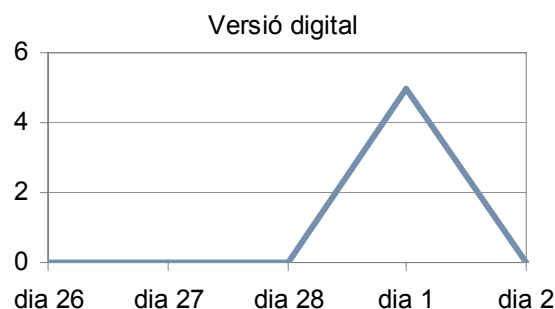
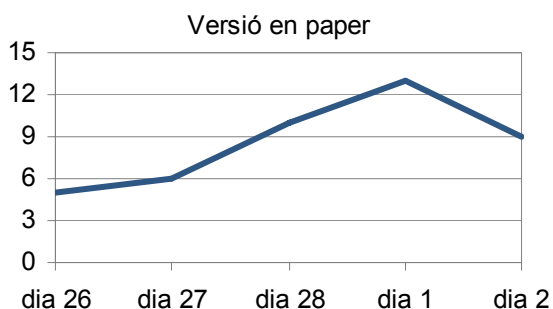
Aquí de nou la informació sobre el **Segre** és incompleta per les raons exposades de dificultats tècniques d'accés a la seva pàgina web els dies 27 i 2.

3.2.2. Evolució del nombre de peces

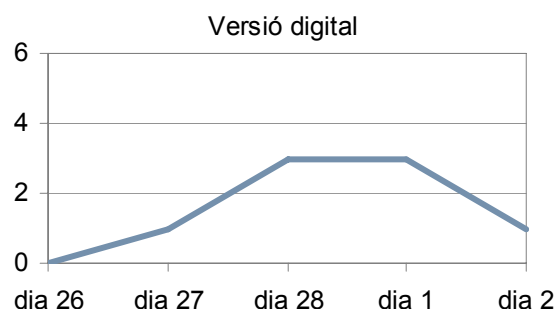
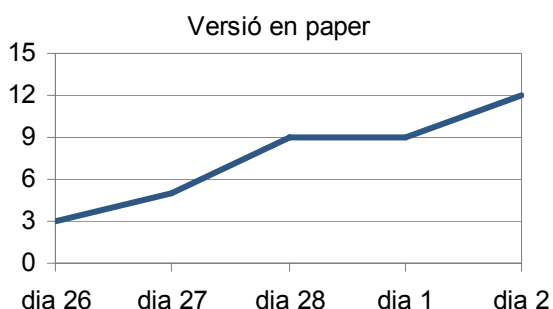
Els gràfics que trobem a continuació mostren l'evolució del nombre de peces dedicades a les consultes per cada mitjà. Veiem en paral·lel els diaris en paper i la seva versió en format digital.

Evolució del grau de presència en portada. Diaris en paper

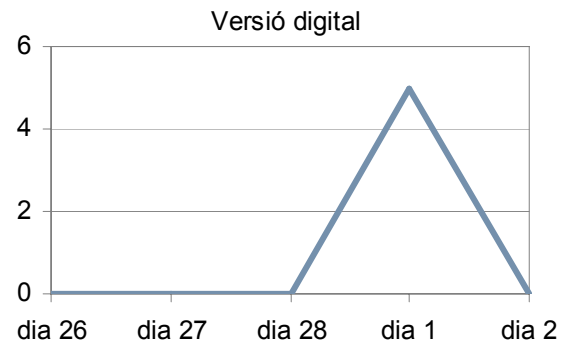
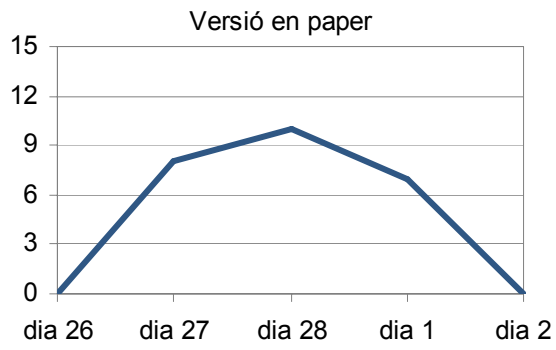
El Punt Girona



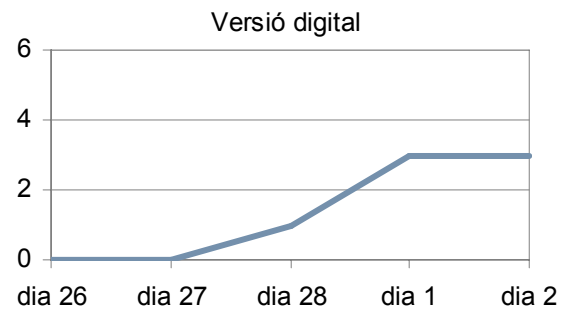
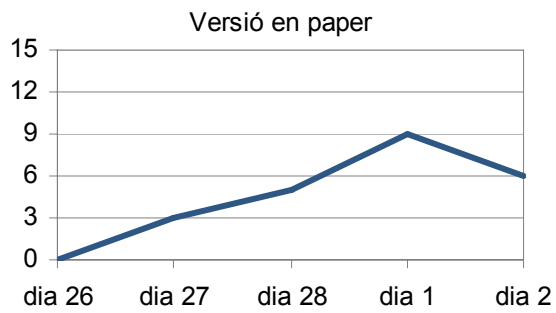
Avui



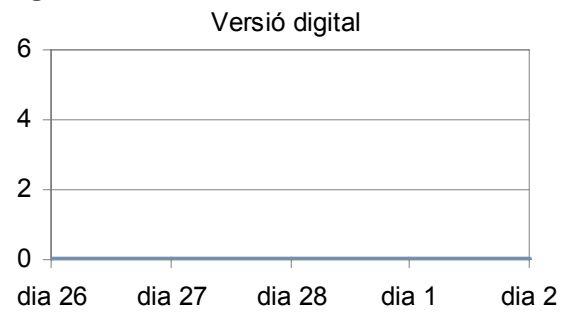
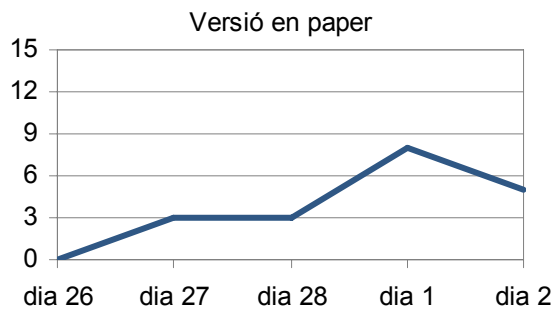
Regió 7



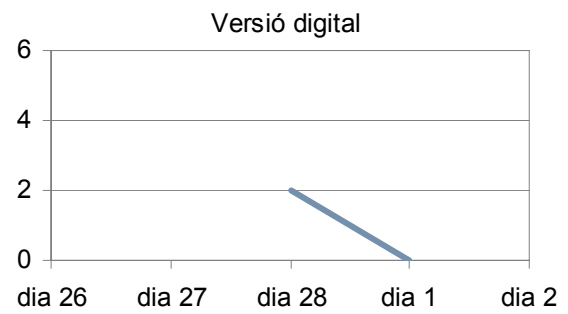
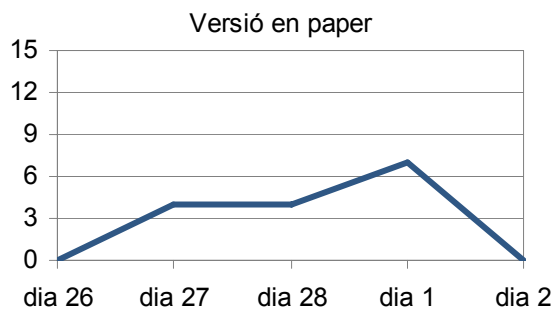
El Periódico



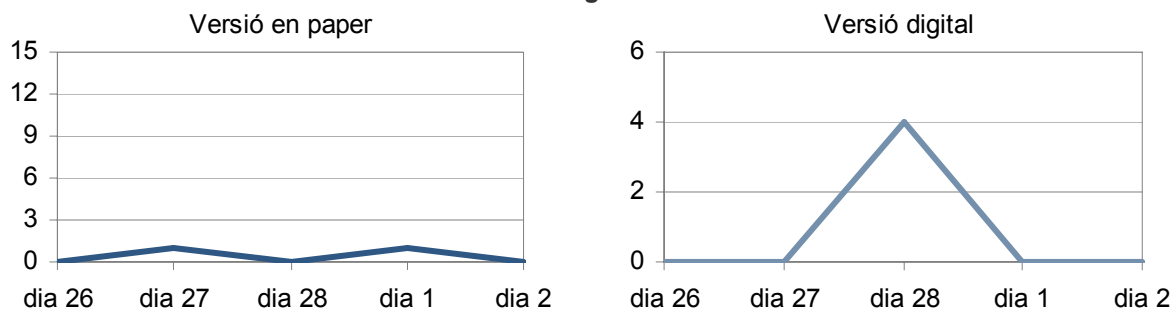
Diari de Tarragona



Segre



La Vanguardia

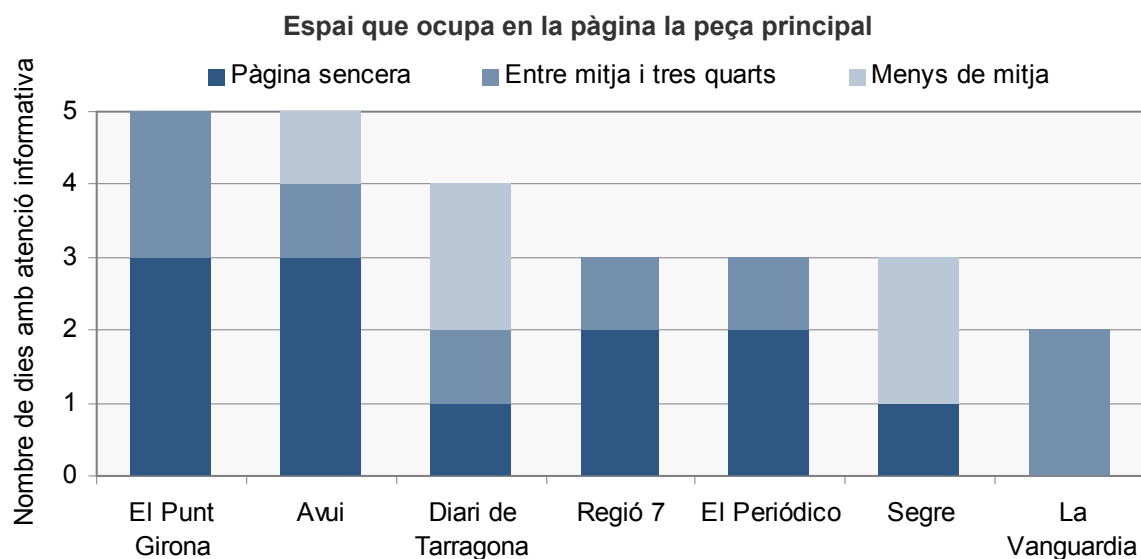


El nombre de peces complementàries dedicades a les consultes varia molt entre paper i versió digital: En el primer grup n'hi ha moltes i en el segon poques. Els rànquings entre els dos grups també canvien molt

3.2.3. Espai que ocupa en la pàgina la peça principal dedicada a les consultes al llarg dels dies (només diaris en paper)

El següent gràfic permet contrastar el menor o major espai donat per cada mitjà a la informació principal dintre de la pàgina durant els dies que li ha dedicat atenció al tema de les consultes. També permet llegir els dies que cada diari ha prestat atenció informativa a les consultes. Només **Avui** i **El Punt** li han dedicat atenció durant 5 dies.

Igualment, l'**Avui** i **El Punt** són els que han donat planes senceres durant més temps, seguits pel **Periódico** i el **Regió 7**. **La Vanguardia** és l'únic diari que **no ha donat cap plana sencera cap dia** del període analitzat.



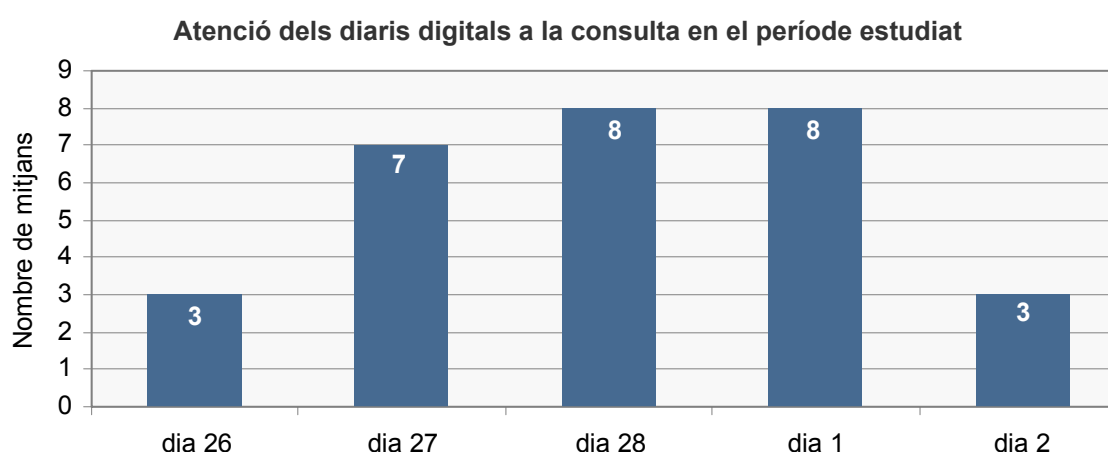
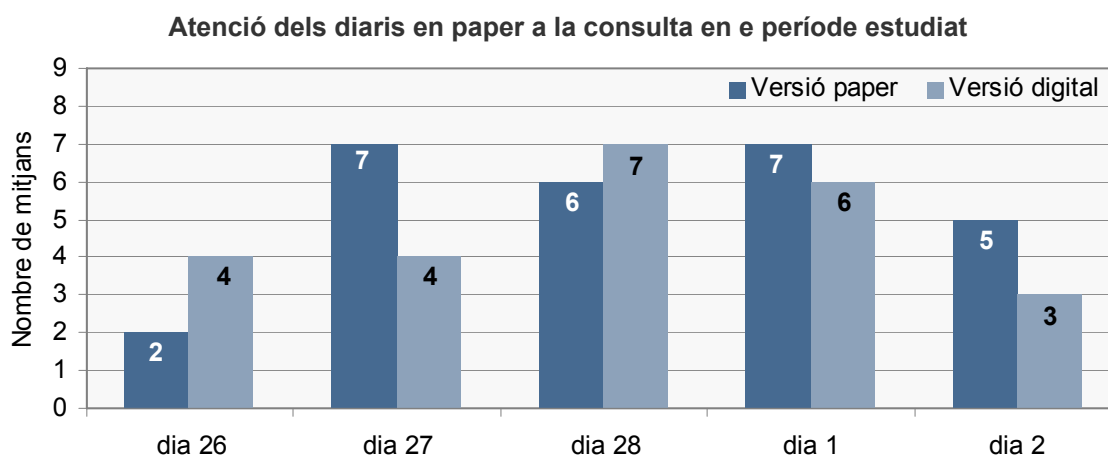
Només **Avui** i **El Punt** han dedicat atenció al referèndum els 5 dies. **La Vanguardia** és l'únic que tan sols li ha dedicat dos i cap d'aquests ha estat el dia del referèndum. Igualment **Avui** i **El Punt** són els que han donat més planes senceres i **La Vanguardia** l'únic que no ha donat cap plana sencera

3.2.4. Atenció a la consulta per part dels mitjans en el conjunt del període estudiat

Les gràfiques que trobem a continuació ens il·lustren sobre quin ha estat el nombre de mitjans que ha prestat atenció al tema en cadascun dels dies del període estudiat. Observem que no hi ha cap dia del període- dos dies abans, el dia de la consulta i dos després- en què no hi hagi un determinat volum d'atenció. **El referèndum no estat ignorat dels mitjans en conjunt** tant en els moments previs com posteriors

Com és lògic, al voltant de la data clau i en aquesta mateixa data l'atenció creix. Aquest es el patró comú als tres grups de mitjans

De forma general no hi ha grans diferències entre els diaris en paper i les seves versions digitals. La més remarcable és que el grau l'atenció dels diaris en paper els dies 27 i 28 és semblant. Mentre que en la versió digital dels diaris en paper hi ha més diferència entre dia 27 i 28. Aquí hi té un paper *La Vanguardia* que canvia el criteri d'atenció en les dues versions. **Les versions digitals no són tampoc reproduccions exactes del referent en paper.**



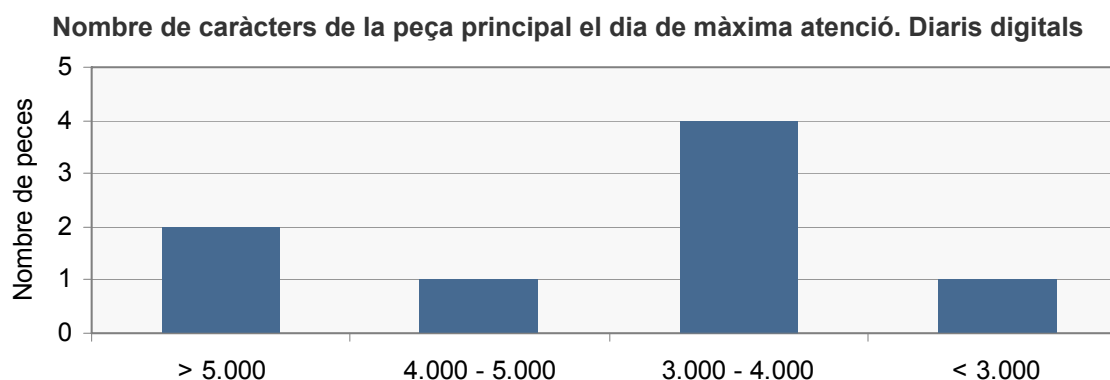
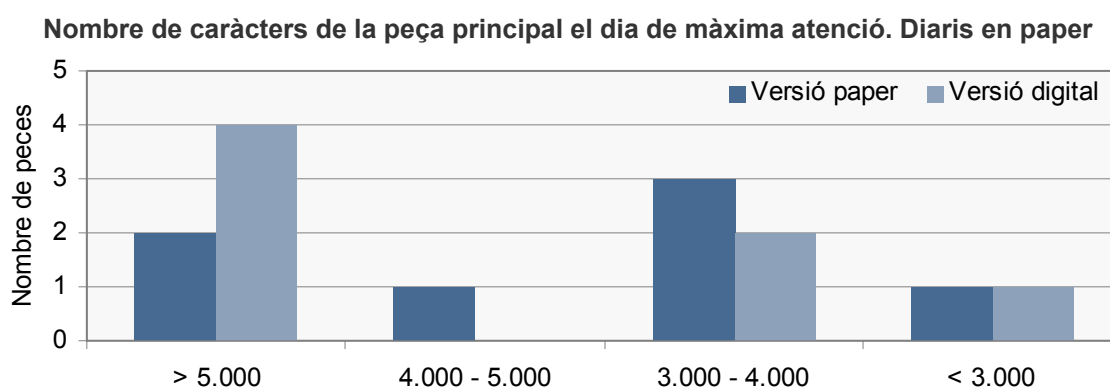
L'atenció dels mitjans se centra, com era d'esperar, en el dia del referèndum, l'anterior i el posterior, amb petites variants dintre d'aquests tres dies segons el grup de mitjans

3.2.5. Dimensió de la peça principal dedicada a la consulta el dia de màxima atenció del mitjà

Aquests diagrames mostren la importància atorgada a la peça principal en volum o allargada. Ho mesurem pel nombre de caràcters.

Els **diaris en versió digital han tendit a fer més llarga la peça principal que els diaris en paper i que els diaris digitals**. Aquests diaris fan peces o més llargues o més curtes de forma més polaritzada que els altres grups de mitjans, aquests darrers presenten una gamma de llargades més diversa.

En els **diaris digitals hi ha menys peces llargues** que en altres grups de mitjans segurament per la importància que cobren els vincles amb altres informacions i altres elements (fotos, vídeos, etc).



Les dimensions de les peces principals dedicades a les consultes no presenten, en conjunt, patrons marcadament diferents en els tres grups de mitjans analitzats

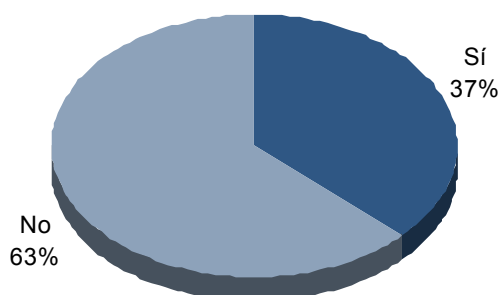
3.3. La qualitat de la informació

3.3.1. Presència de vincles amb pàgines especials (només en els diaris digitals)

L'atenció del mitjà digital és poc comparable amb la del paper degut a que pot incloure -i ho fa en diferent mesura segons cada cas- vincles a pàgines especials.

Un 37% dels diaris digitals han incorporat, de fet, d'aquests vincles per informar de les consultes. Uns vincles que amplien la informació principal amb vídeos, galeries de fotografies, participació a través del Twitter, profusió de gràfics i mapes, etc.

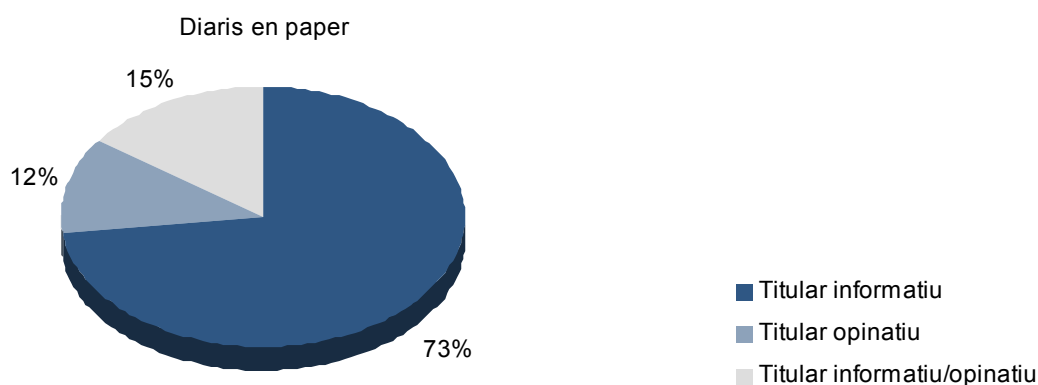
Presència de vincles a pàgines especials als diaris digitals

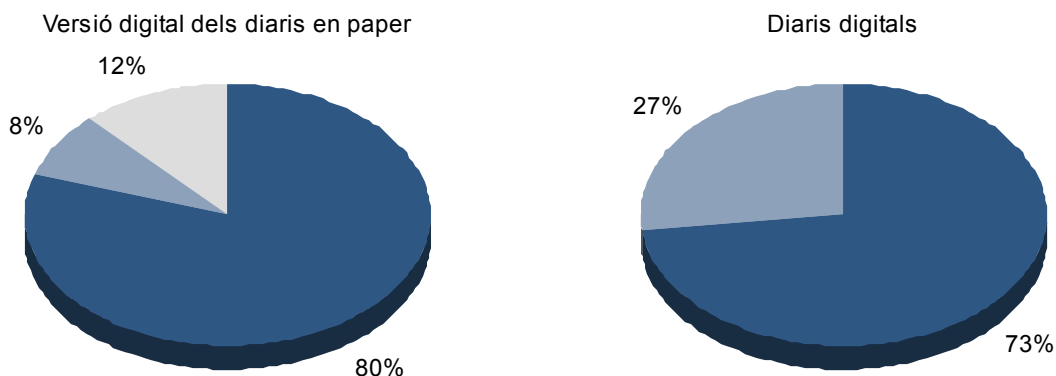


La presència de vincles especials amb xarxes participatives i profusió de material audiovisual encara no és majoritària en els diaris digitals si bé té un pes significatiu (37%)

3.3.2. El pes de l'opinió o de la informació segons el titular principal

El pes de l'opinió o de la informació segons el titular principal





En els diaris digitals els titulars opinatius tenen més presència que en la resta de mitjans

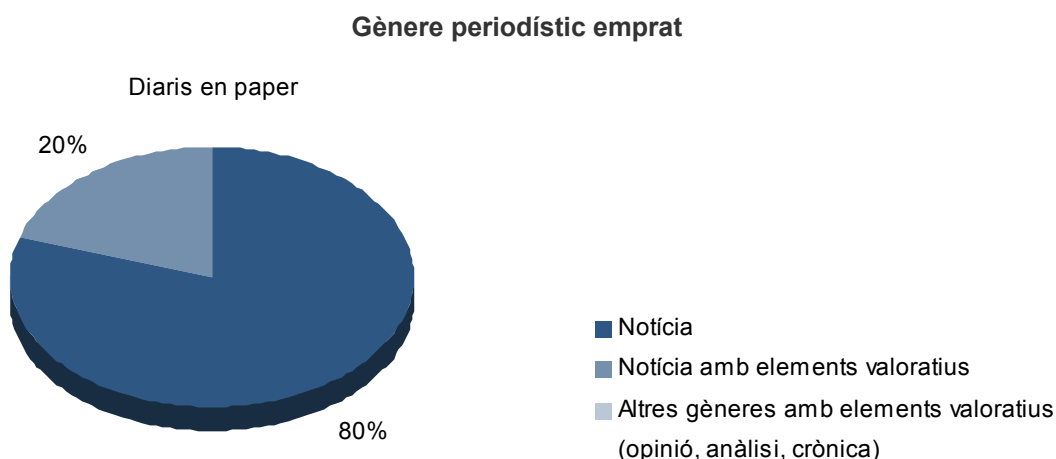
3.3.3. El pes de l'opinió o de la informació segons el gènere periodístic triat per a la peça principal

El pes de la informació o de l'opinió s'ha valorat també a través del gènere periodístic emprat en la informació principal referent al tema. S'han considerat: la notícia com a gènere netament informatiu, la notícia amb continguts valoratius bàsicament a través de l'ús d' adjectius amb aquesta funció i finalment l'ús d'altres gèneres periodístics que per definició ja contenen elements valoratius i/o subjectius.

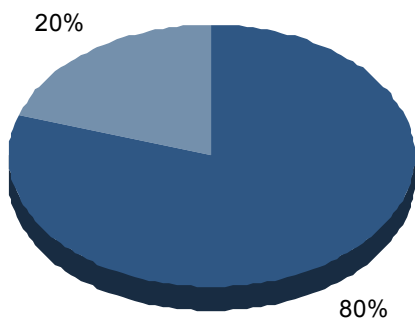
La presència del gènere netament informatiu, **la notícia, és molt important en els diaris en paper i la seva versió digital** -un 80%- mentre que en els diaris digitals el pes de la notícia se situa gairebé en la meitat i ens trobem amb peces més híbrides.

En els diaris en paper i la seva versió digital tot el que no correspon a notícia és notícia amb elements valoratius -un 20%- però no s'usen altres gèneres més subjectius per a la informació principal.

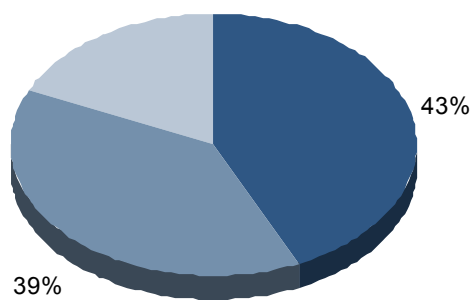
En canvi, en els diaris digitals, la notícia amb elements valoratius i altres **gèneres periodístics de caire més subjectiu constitueixen en conjunt la majoria (57%)**.



Versió digital dels diaris en paper



Diaris digitals



Els diaris digitals opten més per la interpretació i la valoració que els diaris en paper i la versió digital d'aquests diaris



4. Conclusions

- Un total de 80 municipis de 25 comarques i 290.012 ciutadans cridats a votar, 8.000 voluntaris convocats. Aquestes són algunes de les xifres de la segona onada de consultes independentistes el 28F. Malgrat la desaparició de l'efecte novetat, la iniciativa ciutadana que impulsa les consultes continua presentant trets molt singulars, d'interès polític i sociològic. És, des d'aquest punt de vista, i també per la mobilització ciutadana que suposa, un fet clarament noticiable més enllà de tendències ideològiques o punts de vista.
- L'anàlisi informativa de les consultes del 28F evidencia un tractament molt desigual i que consolida clarament les dues narracions sobre el país ja observades en l'anterior onada. Una visió entusiasta i clarament compromesa amb el procés i una altra de reticent i distanciada, poc convençuda de la influència política de la iniciativa i de la implicació i interès de la ciutadania.
- Tot i l'existència de la visió reticent no hi ha en cap dels mitjans estudiats una oposició activa al procés ni tampoc un punt de vista nacional espanyol que consideri les consultes com un fet intolerable o il·legal. La reticència s'expressa amb silenciament o amb una explicació parcial del fenomen.
- El desinterès dels mitjans menys convençuts del pes polític de les consultes, però, es canvia per un lleuger interès un cop s'han sabut els resultats per remarcar-ne els aspectes més decebedors des del punt de vista sobiranista com es la baixa participació, amb diverses interpretacions segons la línia del mitjà.
- Reprenem el cas de l'exemple ja tractat: 28F, l'edició en paper de *La Vanguardia* no dedicava ni una sola línia a la consulta; mentre que les edicions d'*El Punt* i *l'Avui* hi dedicaven un important desplegament. L'endemà, dia 1 de març, diversos mitjans destacaven que 'l'esperit és manté' mentre que d'altres subratllaven la 'pèrdua de pistonada'.
- La posició més reticent dels dos grans diaris que arriben a tot el país (*La Vanguardia* i *El Periódico*) és periodísticament i políticament significativa; que aquests dos diaris fessin una gran aposta informativa per l'editorial conjunt, però no l'hagin fet per les consultes és un indicador de les diferències encara existents entre catalanisme i sobiranisme.
- Ara bé, els sectors més innovadors de la informació, que són els diaris digitals, formen un mainstream paral·lel en el medi Internet on hi ha una realitat sensiblement diferent: un punt de vista nacional més hegemònic on un percentatge major de mitjans es troben més a prop dels plantejaments sobiranistes.
- Els diaris digitals ofereixen, en el cas estudiat, una paleta informativa més variada i amb més proximitat territorial. També incorporen millor les noves formes de participació vinculades a internet.