

IX convocatòria dels Ajuts a la recerca sobre comunicació audiovisual

L'articulació del discurs i el clima d'opinió de la *Tardor Catalana* a les tertúlies de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio

**Adscripció temàtica a la línia de recerca preferent
La garantia del pluralisme i la diversitat en la comunicació audiovisual**

**Dr. Carles Pont Sorribes. (IP)
Dr. Felipe Alonso
Sr. Ricard Gili
Sr. Albert Mercadé**

**Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació**

1.- INTRODUCCIÓ

A les societats democràtiques contemporànies ens trobem en allò que els teòrics de la comunicació política anomenen la 'campanya permanent'¹. Les tècniques emprades pels diferents polítics, el seu protagonisme i la seva presència ja no s'emmarquen en uns dies determinats d'abans d'unes eleccions determinades. En conseqüència, el ressò mediàtic i la filtració a la societat de l'agenda política és constant.

A Catalunya, els darrers anys l'agenda política ha estat marcada per l'anomenat procés sobiranista, un projecte polític impulsat des de la ciutadania –amb nombroses mostres socials- i des de partits polítics com Convergència i Unió, Esquerra Republicana de Catalunya o les Candidatures d'Unitat Popular. Des del 2006 i fins al 2015, i en el marc d'aquest procés sobiranista, s'han celebrat diverses grans manifestacions que han reclamat el que s'ha conegut com a 'dret a decidir' i la independència de Catalunya. L'ebullició i la continuïtat d'aquest 'procés' ha acabat tenint un punt culminant els mesos de setembre, octubre i novembre de 2014 amb el que s'ha denominat popularment com a *Tardor Catalana*, que desembocaria en el procés participatiu impulsat per la Generalitat de Catalunya i voluntaris de la societat civil el 9 de novembre de 2014, amb més de dos milions de persones participant-hi activament.

Com és lògic, l'agenda mediàtica ha recollit aquest protagonisme quasi absolut del procés sobiranista a la política catalana. D'altra banda, és innegable que, al tractar-se d'un tema amb profundes implicacions emocionals (identitat, valors i moral) i estructurals (econòmiques, socials, culturals, geopolítiques i jurídiques) orientat al futur, desperta tot tipus de passions, especulacions, incerteses i dubtes que han de trobar un espai privilegiat als mitjans de comunicació. Una enorme quantitat de peces periodístiques han tractat el tema, oferint un clima d'opinió determinat als seus públics. Degut a l'interès del projecte en la triple figura del líder d'opinió com a transmissor/potenciador/creador del clima d'opinió mediàtic, la mostra comprèn únicament aquells continguts on es barreja la informació i la opinió: les tertúlies. La figura del tertulià o convidat ha guanyat protagonisme en l'ecosistema mediàtic i pot ser considerada com a líder d'opinió, aquella figura clau en la *two-step flow theory* derivada del clàssic estudi *The people's choice* de Lazarsfeld et al (1968), com a intermediari entre públic i

¹ La campanya permanent és un terme que va definir a inicis dels anys 80 Sidney Blumenthal, periodista i exassessor de president dels Estats Units Bill Clinton. El concepte indica que la força dels mitjans provoca una nova manera de governar basada en una campanya electoral gairebé continua des de l'endemà de la jornada electoral fins als propers comicis. Blumenthal va popularitzar el terme amb la publicació d'un llibre, però hi ha qui atribueix la teoria de la campanya permanent a Patrick Caddell, un jove enquestador del president Jimmy Carter qui va escriure el document l'any 1976 titulat "*Initial Working Paper on Political Strategy*".

expert que configura el coneixement mediatitzat. La figura del líder d'opinió és clau a l'hora de valorar la transmissió i la percepció del clima d'opinió ofert pels mitjans de comunicació, ja que se'ls pressuposa estar més formats i comptar amb una posició social que els permet exercir com a formadors de l'opinió pública (Roda, 2001; Rodrigo, 2001; Igartua y Humanes, 2004).

El clima d'opinió, encunyat pel filòsof anglès Joseph Ganvill a l'any 1661, és un terme cabdal en l'àmbit de l'opinió pública i la comunicació política que fa referència a la distribució de les opinions majoritàries i minoritàries, així com, i principalment, de les seves tendències i possibles fluctuacions futures. El terme va ser recuperat per Noelle-Neumann a la seva teoria de l'Espiral del silenci per exaltar una característica doble de l'Opinió pública com alguna cosa que "envolta totalment a l'individu des de l'exterior. L'individu no pot escapar-se'n. Però simultàniament està dins de nosaltres, exercint la major influència sobre la nostra sensació de benestar" (Noelle-Neumann, 1995: 108).

Aquesta impossibilitat de fugir del clima d'opinió entronca amb les teories de la comunicació sobre el retorn als efectes poderosos dels mitjans de comunicació. Una sèrie d'autors defensen una visió dels mitjans de comunicació com a principals creadors de realitat, legitimadors de discurs i figures d'autoritat (Ericson et al., 1989; Noelle-Neumann, 1974, 1984, 1994, 1995). En aquesta visió del poder mediàtic, els mitjans de comunicació proporcionen als individus una pseudorealitat (Lippmann, 2003), i construeixen, gràcies a la seva funció d'articulació, els discursos que són acceptables en la societat (Noelle-Neumann, 1973, 1974, 1977, 1979, 1984, 1995). D'aquesta manera, a llarg termini i de manera acumulativa per repetició, els mitjans de comunicació legitimen o rebutgen opinions i conductes, creant i consolidant l'opinió pública respecte a un tema determinat.

En el cas d'aquest projecte, però, aquest poder del mitjans de comunicació estarà personificat en els tertulians que a través dels espais d'opinió poden incidir al clima d'opinió com a líders d'opinió. Els individus recullen aquestes pautes de comportament que els ofereixen els mitjans de comunicació i les reproduïxen en el seu entorn per evitar el aïllament. Si tenim en compte aquesta capacitat articuladora i creadora dels espais d'opinió com són les tertúlies, l'individu queda subjecte a una producció de subjectivitat de la qual és el propi objecte, procés que és multiplicat pel propi individu en les relacions socials que estableix dins dels seus grups de pertinença, funcionant així com antena de repetició, en bolcar sobre l'opinió pública els mateixos patrons dominants que li són facilitats. És a dir, els gèneres d'opinió subministren als individus l'accés compartit al pensament dominant, amb la fi que aquests puguin adoptar-lo com a eina per encaixar amb major facilitat en el sistema i no sofrir el risc de l'exclusió.

Aleshores, cal preguntar-se per com traslladen els gèneres d'opinió el clima d'opinió a la societat. Si ho fan adequadament respectant el pluralisme i la diversitat d'ideologies polítiques i opcions de vida o si distorsionen aquest clima d'opinió triant uns tertulians que no reflecteixin la diversitat de posicionaments socials. Cal preguntar-se també com s'articulen les opinions minoritàries, si tenen accés i espai als mitjans de comunicació, a través de quins actors i *frames* (enquadraments) es vehicula aquest discurs, o si, d'altra banda, s'exclouen en benefici d'una opinió majoritària amb capacitat d'esclafar l'alternativa.

Pel que fa al procés sobiranista, hi ha hagut veus crítiques amb com s'ha portat a terme la cobertura mediàtica, sobretot als mitjans públics com són Televisió de Catalunya (TVC) i Catalunya Ràdio. Nombroses insinuacions i acusacions, que de ser certes serien un greu problema per a la salut democràtica del nostre espai públic de comunicació, han estat realitzades en els darrers anys al voltant d'una suposada exclusió de les opinions contràries al dret a decidir i a la independència de Catalunya. Els líders i/o representants de les formacions polítiques contràries al Procés com ara Pere Navarro, Alicia Sánchez Camacho, Albert Ribera o Carme Chacón², entre d'altres, han manifestat públicament que a Catalunya es viuen “totalitarismos de pensamiento único³”, i han assenyalat als mitjans de comunicació públics catalans com a actors a favor de la opció secessionista amb una “escandalosa absència de pluralisme” per aconseguir “ampliar el número de partidarios de la independencia”. Javier Cercas, l'escriptor, parla de “ilusión de unanimidad por el temor a expresar la disidencia⁴”.

Aquestes declaracions públiques han incorporat al llenguatge quotidià les nocions claus de la teoria de l'Espiral del silenci (Noelle-Neumann, 1974) i l'han catapultat de nou al primer pla sociopolític. La teoria de Noelle-Neumann és considerada com una de les teories més influents dels últims temps en l'àmbit de la comunicació (Alonso, 2014; Donsbach i Stevenson, 1984; Glynn et al., 1999; Hayes, 2007; Kennamer, 1990; Matthes et al., 2010; Petric i Pinter, 2002; Roessing, 2009, 2010; Scheufele i Moy, 2000; Shamir, 1995; Tokinoya, 1996). A l'any 1974, la sociòloga alemanya Elizabeth Noelle-Neumann va desenvolupar la teoria de l'Espiral del silenci basant-se en la premissa que tot ésser humà està subjecte a una por a l'aïllament innat. Per

² Carme Chacón a *Europa Press*, 10/09/2014

<http://www.europapress.es/nacional/noticia-chacon-ira-acto-scc-reivindicar-senyera-romper-espinal-silencio-20140910133210.html>

³ Sánchez Camacho a *La Vanguardia*, 22/02/2014.

<http://www.lavanguardia.com/politica/20140222/54401603791/sanchez-camacho-denuncia-los-totalitarismos-de-pensamiento-unico-en-catalunya.html>

⁴ Javier Cercas a *El País*, 13/09/2013.

http://elpais.com/elpais/2013/09/13/eps/1379095000_774993.html

evitar l'exclusió social, l'individu monitoritza el seu entorn captant aquelles opinions i/o actituds que són acceptades o no per l'opinió pública, gràcies a un òrgan quasi-estadístic que li permet situar-se en la majoria o la minoria respecte als temes amb forta càrrega emocional del moment (Noelle-Neumann, 1974, 1984, 1977, 1995). Si bé aquells que perceben la seva opinió com a majoritària es veuran abrigats pel cos social, aquells que es perceben com a minoria desenvoluparan una sèrie de comportaments asocials: (1) romandre en silenci, (2) simular una opinió o conducta majoritària en públic, (3) o pagar amb l'ostracisme social el fer pública la seva opinió (Noelle-Neumann, 1974, 1984, 1977, 1995). La teoria de la Espiral del silenci es deriva de la concepció que té Neumann (1977: 2) de l'opinió pública, entesa "com una pressió cap a la conformitat". Noelle-Neumann defineix l'opinió pública "en termes operacionals" (1995: 98) com el conjunt d'opinions que tenen un fort caràcter moral sobre allò que és aprovat, o no, per la resta de la societat i que un individu pot, o ha de, en determinats moments, expressar en públic sense aïllar-se.

Per tal de que pugui existir un procés d'Espiral del silenci en torn un tema concret són imprescindibles dos requisits (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1994, 1995): (1) posseir un fort component emocional, i (2) tenir una important presència en els mitjans de comunicació. Pel que fa al primer dels requisits, la importància radicada en aquest component emocional es deu al fet que el tema ha de ser capaç de generar la suficient pressió social com per produir en els individus la por a l'aïllament que engega els processos que donen cos a la teoria de l'Espiral del silenci (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1994, 1995). Al seu torn, el segon requisit implica que el tema ha de tenir presència en el clima d'opinió d'una societat, fet que facilita a l'individu percebre la distribució d'opinions sobre aquest tema, és a dir, que la majoria trobi en el clima d'opinió el suport suficient que no troba la minoria per articular el seu discurs (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1994, 1995). A més, aquesta presència en el clima d'opinió implica també una alta possibilitat que el tema en qüestió aparegui la dinàmica quotidiana de les trobades socials. Creiem que el procés sobiranista i la independència de Catalunya de l'Estat Espanyol compleix sobradament aquests dos requisits teòrics.

Per tal de garantir la pluralitat mediàtica i democràtica de les minories i els seus discursos, s'ha de vetllar per un doble moviment d'accés (a) discurs minoritari - mitjans de comunicació / (b) mitjans de comunicació – discurs minoritari, vertebrat en dos eixos claus: visibilitat i articulació. Així, aquest projecte analitza els espais dedicats a l'opinió expressada per experts o periodistes -les anomenades tertúlies- de diversos mitjans de la Corporació Catalana de mitjans audiovisuals (TV3, 3/24 i Catalunya Ràdio) sobre el procés sobiranista català en clau d'Espiral del silenci. En aquest sentit, té el següent objectiu principal: el clima d'opinió

resultant dels gèneres d'opinió a partir de les tertúlies sobre el procés sobiranista encaixa amb els supòsits teòrics de la teoria de l'Espiral del silenci? O, en altres paraules, podem parlar que ens trobem en una fase incipient d'un procés d'Espiral del silenci en torn al tema del sobiranisme i la independència de Catalunya?

Les preguntes d'investigació principals que vol respondre el projecte sol·licitat són les següents:

- A. Quin clima d'opinió es desprèn dels gèneres d'opinió audiovisuals del procés sobiranista?
- B. Quin és el discurs minoritari i quin és el majoritari?
- C. Aquest clima d'opinió obeeix al clima d'opinió real i existent de la societat o es poden observar biaixos ideològics?
- D. Hi ha, per tant, un doble clima d'opinió?
- E. Com s'articulen aquests discursos, de quin espai disposen? Com s'emmarquen i a través de quins actors?

D'altra banda, la recerca acadèmica existent sobre el procés sobiranista català –recollida a través de Palà (2016) i Gili (2013)- permet constatar dues conclusions rellevants per tal de contextualitzar aquest projecte d'investigació:

- Els mitjans de comunicació espanyols tendeixen a silenciar la ciutadania catalana, és a dir, no se'ls dóna veu o bé no expliquen amb detall les reivindicacions socials, polítiques i econòmiques que s'amaguen darrera les manifestacions independentistes (Castelló, 2015; Cramerí, 2015; Gili, 2014). A més, no mencionen el context històric del procés, per la qual cosa es fomenta el desconeixement dels fets (Castelló, 2015).
- Els mitjans de comunicació espanyols donen una visió negativa del fenomen sobiranista català, mentre que només els de Catalunya aporten una visió positiva, existint una autèntica polarització entorn el procés (Alonso-Muñoz, 2014; Castelló, 2015; O'Donnell i Castelló, 2011; Gili, 2014; Martín i Camon, 2014; Pont i Capdevila (2014); Prado, 2015; Xambó, Perales-García i Xicoy, 2014). En aquest sentit, diversos estudis sobre l'Estatut de Catalunya de 2006 (Aira 2007; Sádaba i Rodríguez, 2007; Cortiñas i Pont, 2009) també corroboren un emmarcament majoritàriament negatiu de l'Estatut per part dels mitjans espanyols.

2. MARC TEÒRIC

2.1. *La Tardor Catalana: context històric i polítològic*

La irrupció d'un nou projecte polític en l'opinió pública genera diversitat de posicionaments entre els mitjans de comunicació i això és, precisament, el que ha succeït amb l'anomenat procés de sobiranista de Catalunya. Es tracta d'un procés impulsat tant des de la ciutadania com des de la classe política catalana a partir de l'any 2006 que reivindica el dret de Catalunya a decidir lliurement el seu futur (López, 2011; Vilaregut, 2011).

En aquest context, el sobiranisme és un moviment polític que reclama la capacitat plena de decisió democràtica d'un *demos* sense sotmetre's a cap altre poder (Perales, Thouverez i Filardo, 2011; Seymour, 2007), un moviment que en el cas català gira al voltant del concepte "dret a decidir". Precisament, arran del paper central d'aquest concepte en el procés sobiranista català i de la seva complexitat, s'ha considerat oportú delimitar-lo. Una definició operativa de "dret a decidir" en relació a Catalunya i en el marc d'aquesta recerca és: projecte polític impulsat per la ciutadania i diversos partits polítics que pren rellevància política i mediàtica a partir de l'any 2006. Té com a objectiu que el territori administratiu conegut com a Catalunya pugui determinar el seu estatus polític de manera autònoma en relació a Espanya, estat al qual pertany actualment.

La ciència política, que fins ara ha dedicat poca atenció a investigar-lo (Gili, 2013), considera que el concepte "dret a decidir" està relacionat amb un principi democràtic: implica reclamar el fet de participar d'una decisió sense restriccions i que una comunitat de ciutadans pugui decidir sobre qualsevol tema que consideri rellevant, no només la independència. Això inclou el disseny institucional d'una comunitat, les institucions que la conformen políticament i la relació amb altres institucions (López, 2011).

Tot i que el terme 'dret a decidir' no és polítològicament sinònim de 'dret a l'autodeterminació', sí que s'ha utilitzat en aquest sentit. De fet, s'ha convertit en un neologisme per expressar amb una terminologia més contemporània i fàcil d'entendre els principis que ja recollia el dret a l'autodeterminació (Bosch, 2013; López, 2009; López, 2011), essencialment vinculat a processos de descolonització (Seymour, 2007). Així, tot i que algunes reivindicacions a favor de la independència de minories nacionals dins d'estats democràtics occidentals encara s'associen al dret a l'autodeterminació, progressivament ha anat guanyant importància reivindicativa l'apel·lació a l'anomenat 'dret a decidir'. Per això, aquest concepte s'utilitza cada vegada més en les democràcies occidentals, com és el cas de Catalunya (López,

2011)⁵. De fet, l'ambigüïtat del concepte 'dret a decidir' és el que ha permès que sigui utilitzat per diverses opcions del catalanisme i que, per tant, hagi acabat ocupant un espai polític central (Cardús, 2010; Guinjoan, Rodon i Sanjaume, 2013).

A Catalunya, des del 2006 i fins al 2015 i en el marc del procés sobiranista s'han celebrat set grans manifestacions⁶ amb un doble denominador comú: d'una banda han girat al voltant de l'anomenat 'dret a decidir' i la independència; i de l'altra, han tingut implicacions directes en l'esdevenir polític de les relacions entre Catalunya i Espanya, generant un elevat impacte en els mitjans de comunicació i l'opinió pública d'aquest dos territoris.

L'anàlisi de mitjans de comunicació que es presenta en aquesta estudi s'ha centrat en una d'aquestes set manifestacions –la de l'11 de setembre de 2014–, que juntament amb la consulta celebrada el 9 de novembre del mateix any –coneguda com la consulta del 9N– són els dos esdeveniments principals del que es va anomenar la *Tardor Catalana*. La consulta incloïa una pregunta amb dos apartats: «Vol que Catalunya esdevingui un Estat?» i «En cas afirmatiu, vol que aquest Estat sigui independent?». Va ser impulsada pel govern de la Generalitat i el Parlament de Catalunya davant la negativa del Congrés dels Diputats espanyol de permetre la celebració d'un referèndum d'independència a Catalunya.

⁵ Mentre el dret a l'autodeterminació està definit en diversos tractats internacionals, el dret a decidir no té una definició legal precisa. El dret a l'autodeterminació forma part de la Carta fundacional de les Nacions Unides (1945). A l'article 1.2 del primer capítol s'assegura que les Nacions Unides volen "fomentar entre les nacions relacions d'amistat basades en el respecte al principi de la igualtat de drets i al de la lliure determinació dels pobles". En canvi, tal com recull López (2011:9), el dret a decidir no té una definició inequívoca. En aquest sentit, exposa que "el Dictamen del Tribunal Internacional de Justícia sobre la declaració unilateral d'independència de Kosovo, emès el juliol del 2010, representa una peça jurídica clau en el desenvolupament i reconeixement jurídics del dret a decidir (...). Tot i que no hi fa referència literalment, podem distingir diversos elements d'argumentació que encaixen plenament amb el que s'ha dit en relació amb el dret a decidir. El Tribunal deixa clar que la base jurídica sobre la qual argumenta no és el dret a l'autodeterminació que es dóna en els processos de descolonització -ho afirma explícitament-, sinó un altre tipus de legitimitat". Recentment –març 2014– el Tribunal Constitucional (TC) espanyol va referir-se explícitament al "dret a decidir" en la sentència sobre la Declaració de sobirania i del dret a decidir del poble de Catalunya aprovada pel Parlament de Catalunya el gener de 2013. En concret, el TC va determinar que "el 'dret a decidir' del poble català només podria existir quan, culminada la reforma constitucional per la via de l'art. 168 CE, el poble espanyol sobirà el reconegués d'acord amb el procediment constitucionalment prescrit per això. No pot, per tant, acceptar-se que, en el present moment, la titularitat del 'dret a decidir' estigui ja atribuïda al poble de Catalunya, tot i que s'hagi de canalitzar el seu exercici en un 'procés'".

⁶ Data, lema i aflluència –segons els organitzadors i la Guàrdia Urbana de Barcelona– de cadascuna d'aquestes set manifestacions: (1) 18 de febrer de 2006, 'Som una nació i tenim el dret a decidir', 700.000 persones; (2) 1 de desembre de 2007, 'Som una nació i diem prou! Tenim dret a decidir sobre les nostres infraestructures', 700.000 persones; (3) 10 de juliol de 2010, 'Som una nació. Nosaltres decidim', 1,5 milions de persones; (4) 11 de setembre de 2012, 'Catalunya, nou estat d'Europa', 1,5 milions de persones; (5) 11 de setembre de 2013, 'Via Catalana per la independència', 1,6 milions de persones; (6) 11 de setembre de 2014, '9N votarem, 9N guanyarem', 1,8 milions de persones; (7) 11 de setembre de 2015, 'Via lliure a la República Catalana', 1,4 milions de persones. Totes set manifestacions es van fer a Barcelona, excepte la de 2013 que va ser una cadena humana arreu de Catalunya.

La *Tardor Catalana* va ser un període d'una alta intensitat política entre setembre i novembre de 2014. Els fets més destacats en van ser:

- 11 de setembre: manifestació independentista a Barcelona coneguda com la “V” -per la forma que tenia- amb el lema “9N votarem, 9N guanyarem”, en clara referència a la consulta convocada per al 9 de novembre següent. Segons la Guàrdia Urbana de Barcelona hi van participar 1,8 milions de persones.
- 27 de setembre: convocatòria oficial de la consulta en un acte solemne al Palau de la Generalitat. El president de la Generalitat, Artur Mas, signa el decret de convocatòria en presència del govern català en ple i de la presidenta del Parlament de Catalunya, Núria de Gispert.
- 29 de Setembre: el Tribunal Constitucional (TC) espanyol suspèn la consulta i la llei en què s'empara, aprovada pel Parlament de Catalunya el 19 de setembre. Ho fa a instàncies del recurs presentat davant aquest organisme pel govern espanyol, que la considera inconstitucional.
- 30 de Setembre: milers de persones es manifesten davant els ajuntaments d'arreu de Catalunya per protestar per la decisió del TC de suspendre la consulta i reclamar que es permeti fer. Ho fan convocats per l'Assemblea Nacional Catalana (ANC) i Òmnium Cultural, les dues entitats civils que han mobilitzat la societat catalana durant tot el procés sobiranista.
- 14 d'octubre: davant la suspensió de la consulta per part del TC, el president de la Generalitat, Artur Mas, la substitueix pel que jurídicament és un procés de participació ciutadana i que, a la pràctica, també permet fer una consulta. Aquest nou format manté la mateixa pregunta i la mateixa data de realització - el 9 de novembre- i es basa en una legislació diferent a la consulta formulada inicialment. El nou model de 9N s'impulsa directament des del govern de la Generalitat, sense el consens inicial de tots els partits favorables al dret a decidir, com ara Esquerra Republicana de Catalunya i Iniciativa per Catalunya. Aquest nou model es bateja com a “consulta alternativa” o “nou 9N” per part dels mitjans de comunicació.
- 19 d'octubre: manifestació a Barcelona per exigir unitat entre els independentistes i la convocatòria d'eleccions en tres mesos. Convocada per l'ANC i Òmnium Cultural es produeix enmig de fortes tensions entre els diversos partits sobiranistes arran de la

decisió d'Artur Mas de retirar la consulta inicialment plantejada –suspesa pel TC- i apostar per celebrar un procés participatiu. En els seus parlaments, les presidentes de l'ANC i Òmnium Cultural –Carme Forcadell i Muriel Casals, respectivament- donen suport a la consulta alternativa proposada per Artur Mas, però a la vegada li exigeixen que convoqui eleccions plebiscitàries –és a dir, que el posicionament a favor o en contra de la independència de Catalunya en sigui l'element central– en un màxim de tres mesos.

- 4 de novembre: el TC espanyol suspèn el nou 9N, el procés participatiu que substituïa la consulta originalment convocada pel govern de la Generalitat. Aquesta nova suspensió també es fa a instància d'un recurs d'inconstitucionalitat presentat pel govern espanyol. Tot i la suspensió, el govern de la Generalitat anuncia la decisió de celebrar el procés participatiu previst pel 9 de novembre.
- 9 de Novembre: celebració de la consulta alternativa. Finalment, el 9 de novembre, es pot votar arreu de Catalunya. En concret, en 942 dels 947 municipis. Per fer-ho no es compta amb un cens electoral previ –ja que la suspensió del TC ho impossibilita- sinó que just abans de votar cal inscriure's en un registre de participants. La votació, pel seu caràcter de procés participatiu, es fa amb el suport de gairebé 41.000 voluntaris. També incorpora un òrgan que supervisa el procés i en garanteix la transparència, així com també la presència d'observadors internacionals. Poden votar els catalans majors de 16 anys. La nit del 9 de novembre s'anuncien els resultats provisionals a la doble pregunta de la consulta, que seran molt similars als definitius i que van ser els següents: (1) Sí/Sí - 81%; (2) Sí/No – 10%; (3) Sí/En blanc – 1%; (4) No – 4,5%; (5) En blanc – 0,5%; i (6) Altres – 3%. Van votar 2.305.290 persones⁷, una xifra que des del govern de la Generalitat i els partits sobiranistes es va considerar un èxit tenint en compte la suspensió del TC i la crida dels partits no sobiranistes a no anar a votar. No es va donar un percentatge concret de participació perquè pel fet de no disposar d'un cens previ, això era impossible. Tot i això, es calcula que va estar al voltant del 42% de les persones amb dret a vot, que segons diverses estimacions eren 5.540.000.

Tots aquests fets són els elements clau que constitueixen la *Tardor Catalana* i, de fet, van tenir un elevat impacte en els mitjans de comunicació analitzats. Tots ells formen part de la mostra analitzada en aquest projecte.

⁷ Dades oficials de la Generalitat de Catalunya: <http://www.participa2014.cat/resultats/dades/ca/escr-tot.html>

2.2. La teoria de l'Espirai del silenci

La teoria de l'Espirai del silenci va ser formulada l'any 1974 per la sociòloga alemanya Elisabeth Noelle-Neumann amb l'objectiu de donar resposta a les fluctuacions o al manteniment de l'opinió pública sobre determinats temes de caire polèmic o conflictiu amb un marcat caràcter emocional. Si bé la formulació original es centrava en aquesta àrea acadèmica, la complexitat de la teoria, els seus diversos punts de contacte amb altres disciplines i les connexions teòriques i possibilitats pràctiques que se'n deriven van provocar que ràpidament les hipòtesis de Noelle-Neumann es testessin diversos camps com ara la comunicació política (Katz i Baldassare 1992 i 1994; Manaev et al., 2010; McDonald et al., 2001), la psicologia social (Moscovici, 1991), la sociologia de grups (Granovetter i Soong, 1988), la comunicació digital (Liu i Fahmy, 2011; Yun i Park, 2011) els efectes dels mitjans de comunicació (Glynn i McLeod, 1984; Taylor, 1982) i fins i tot la teoria econòmica empresarial (Turner i Sparrow, 1995; Dalisay et al., 2012). A dia d'avui la teoria de Noelle-Neumann és considerada com una de les teories més influents de les últimes dècades en l'àmbit de la comunicació (Alonso, 2014; Donsbach i Stevenson, 1984; Roessing, 2009, 2010; Scheufele i Moy, 2000; Shamir, 1995; Tokinoya, 1996).

A l'any 1974, la sociòloga alemanya Elisabeth Noelle-Neumann va desenvolupar la teoria de l'Espirai del silenci basant-se en la premissa que tot ésser humà està subjecte a una por a l'aïllament innat. Així doncs, per l'autora, podem considerar la por a l'aïllament com el motor de la teoria, un mecanisme innat que desencadena tot un procés individual que pot tenir conseqüències grupals i macrosocials. Per evitar l'exclusió social, aleshores, l'individu monitoritza el seu entorn captant aquelles opinions i/o actituds que són acceptades o no per l'opinió pública, gràcies a un òrgan quasi-estadístic que li permet situar-se en la majoria o la minoria respecte als temes amb forta càrrega emocional del moment (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1995). Si bé aquells que percebin la seva opinió com a majoritària es veuran abrigats pel cos social, aquells que es percebin com a minoria desenvoluparan una sèrie de comportaments asocials: (1) romandre en silenci, (2) simular una opinió o conducta majoritària en públic, (3) o pagar amb l'ostracisme social el fer pública la seva opinió (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1995).

Des d'aquesta perspectiva, la teoria de l'Espirai del silenci pot ser llegida com una teoria del poder en el sentit més ample del terme. En última instància i a gran escala, Noelle-Neumann intenta mostrar la lluita de l'individu contra allò social abstracte que legitima una determinada visió del cos social i narrativitza un discurs majoritari que no deixa lloc a les alternatives. És

important, per entendre com el poder determina la vida social, els discursos i les actituds acceptades dins del seu sistema de valors, esmentar dos elements claus a la teoria de l'Espirall del silenci com són els mitjans de comunicació i la pròpia opinió pública (Alonso, 2014, 2016).

La teoria de la Espiral del silenci es deriva de la concepció que té l'autora de l'opinió pública, entesa "com una pressió cap a la conformitat" (1997:2). Noelle-Neumann defineix l'opinió pública "en termes operacionals" (1995: 98) com el conjunt d'opinions que tenen un fort caràcter moral sobre allò que és aprovat, o no, per la resta de la societat i que un individu pot, o ha de, en determinats moments, expressar en públic sense aïllar-se. Per tal de que pugui existir un procés d'Espirall del silenci en torn un tema concret són imprescindibles dos requisits (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1994, 1995): (1) posseir un fort component emocional, i (2) tenir una important presència en els mitjans de comunicació. Pel que fa al primer dels requisits, la importància radicada en aquest component emocional es deu al fet que el tema ha de ser capaç de generar la suficient pressió social com per produir en els individus la por a l'aïllament que engega els processos que donen cos a la teoria de l'Espirall del silenci (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1994, 1995). Al seu torn, el segon requisit implica que el tema ha de tenir presència en el clima d'opinió d'una societat, fet que facilita a l'individu percebre la distribució d'opinions sobre aquest tema, és a dir, que la majoria trobi en el clima d'opinió el suport suficient que no troba la minoria per articular el seu discurs (Noelle-Neumann, 1974, 1977, 1984, 1994, 1995).

El terme 'clima d'opinió', encunyat pel filòsof anglès Joseph Ganvill a l'any 1661, és un terme cabdal en l'àmbit de l'opinió pública i la comunicació política que fa referència a la distribució de les opinions majoritàries i minoritàries, així com, i principalment, de les seves tendències i possibles fluctuacions futures. El terme va ser recuperat per Noelle-Neumann a la seva teoria de l'Espirall del silenci per exaltar una característica doble de l'Opinió pública com alguna cosa que "envolta totalment a l'individu des de l'exterior. L'individu no pot escapar-hi. Però simultàniament està dins de nosaltres, exercint la major influència sobre la nostra sensació de benestar" (Noelle-Neumann, 1995: 108).

L'opinió pública que se'n deriva de la teoria no és més que una eina, en el sentit que li dona Bourdieu (2000), per controlar la vida pública. L'opinió pública, o millor dit, l'adhesió a l'opinió pública dominant, fa visible els límits socials que marquen l'exclusió dins la societat a la vegada que els evita. Aquesta funció de l'opinió pública com a control social és potenciada de manera quotidiana pels mitjans de comunicació. A la teoria de Noelle-Neumann, els mitjans suposen

un element imprescindible per la seva capacitat de visibilitzar/ocultar i de legitimar/desacreditar discursos, actituds i opinions. Mitjançant principalment la funció d'articulació, és a dir, la capacitat de proporcionar eines discursives als individus, els mitjans no només fan visible i evident la distribució d'opinions si no que potencien un determinat clima d'opinió en torn a un determinat tema d'actualitat. D'aquesta manera, els individus que es troben a la majoria troben sempre facilitats de fer seu un discurs i reproduir-ho en la seva diària, mentre que aquells en una posició minoritària troben que cada cop és més difícil (o fins i tot impossible) consumir mitjans que proporcionen eines de discurs a la vegada que veuen cada cop més que la societat els exclou del sistema comunicatiu. Aquesta exclusió del sistema comunicatiu porta a la reducció de capacitat d'articular i mantenir postures alternatives a les majoritàries, creant un moviment d'espiral que cada cop aïlla més al col·lectiu fins a posar en risc la seva identitat.

L'Espirai del silenci, aleshores, presenta l'individu i les seves relacions socials des d'un vessant construccionista, ja que sempre parlem de percepcions del clima d'opinió i autopercepcions de posicionament, tot i formar part d'una tradició teòrica funcionalista que presenta l'opinió pública com a funció principal en la delimitació dels espais d'exclusió/inclusió social (Alonso, 2016). En aquest sistema que presenta Noelle-Neumann, tot individu és eminentment social ja que busca l'aixopluc discursiu i emocional del grup, fet que destaca el seu paper gregari i conformista vehiculat per un desig de pertinença (Baumeister i Leary, 1995; Baumeister i Tice, 1990). És interessant anar més enllà, però, i ressituar la teoria de l'Espirai del silenci, una teoria formulada l'any 1974 sota un espai-temps concret (Alemanya dividida, passat nazi, sancions socials fortes) en la societat actual.

Aquesta reformulació de la teoria passa per la comprensió de l'opinió pública com a eina de control biopolític en la tradició del terme que va establir Foucault (2009, 2012) i van aprofundir Hardt i Negri (2005), en una societat contemporània marcada pel desplaçament del poder des del control a la disciplina i la substitució del poder rígid i aparent dels dispositius *althusserians* per una micropolítica normativa (Guattari i Rolnik, 2006 ; López Petit, 2009) . El poder biopolític no castiga (exclusió social en aquest cas) si no que va modelant a l'individu al regir tots els àmbits de la vida amb mecanismes més suaus o subtils (diferents a la pena de mort, la presó o el desterrament) però igual d'efectius per controlar la vida pública i fer-la encabir dins una narrativització concreta de la realitat legítima pel poder mitjançant eines discursives i de construcció d'imaginariis socials com poden ser els mitjans comunicació, la publicitat o les indústries de l'oci (Alonso, 2014).

2.3. La teoria dels actors

Un dels punts tractats en la recerca és la identificació d'actors protagonistes del discurs emès durant la tertúlia analitzada. Els investigadors han identificat quins actors institucionals, polítics, socials, mediàtics o professionals eren mencionats per part de les persones que exercien de tertulians. Aquest punt ens interessa especialment perquè els tertulians a través dels mitjans de comunicació actuen tant com a protagonistes –actors-, com en qualitat de canals -mediadors, facilitadors- i portadors -intèrprets, observadors, divulgadors de l'opinió pública (Grossi, 2007:102).

Entenem que els convidats a les tertúlies determinen quin són els actors privilegiats de l'agenda política. O com diu Ericson (1989) a través dels mitjans es determina quines són les versions autoritzades de la realitat i indica qui té el coneixement com a “capital cultural” i articula quins són els membres que tenen la propietat de la producció, distribució i administració del coneixement (Berger, 1977; Konrád i Szelényi, 1979; Gouldner, 1979; citats per Ericson et al, 1989:4). Això dóna compte sobre quins són els coneixedors autoritzats i, suggereix per relegació a un paper minoritari, qui [fonts o actors] està exclòs de tenir veu i vot en assumptes importants.

Ens sembla rellevant doncs, conèixer els protagonistes en tant que actors o fonts citades per part dels tertulians perquè ens permet conèixer les àrees de consens generades en el sí d'una comunitat i quins són els actors protagonistes d'aquestes. En resum, es tracta de conèixer no només l'estructura del discurs sinó sobretot quins en són els protagonistes a parer dels tertulians analitzats.

3. METODOLOGIA

Pretendre abastar tot el procés sobiranista, i fins i tot la durada completa de la *Tardor Catalana*, en un projecte d'aquest tipus seria quelcom il·lusori i estaria abocat al fracàs. Per tant, volem delimitar el nostre marc temporal per tal de copsar les característiques mediàtiques necessàries per respondre les preguntes de la recerca mitjançant la metodologia coneguda com 'setmana construïda' (Krippendorff, 1990; Stemple; 1989, 1981). La setmana construïda consisteix a "seleccionar un dia de la primera setmana del període triat, després el segon dia de la segona setmana i així consecutivament fins a complir una setmana calendari" (Teramo, 2006). Aquesta aproximació permet obtenir una mostra aleatòria ampliant el rang de la selecció i a la vegada evita distorsions pròpies d'un moment informatiu reduït. En el nostre cas, el projecte modificaria lleugerament la metodologia de la setmana construïda per ampliar la cobertura donant lloc a un 'mes construït' que engloba l'últim trimestre del 2014. Aquesta modificació no perd el rigor científic ja que únicament augmenta l'abast de la recerca però manté les característiques de la setmana construïda. Aquest mes estarà format per 4 setmanes íntegres com mostra el quadre que es presenta a continuació.

MES CONSTRUÏT – MARC TEMPORAL DE LA MOSTRA							
SETMANA 1	08 SEP	09 SEP	10 SEP	11 SEP	12 SEP	13 SEP	14 SEP
SETMANA 2	26 SEP	27 SEP	28 SEP	29 SEP	30 SEP	1 OCT	2 OCT
SETMANA 3	14 OCT	15 OCT	16 OCT	17 OCT	18 OCT	19 OCT	20 OCT
SETMANA 4	4 NOV	5 NOV	06 NOV	07 NOV	08 NOV	09 NOV	10 NOV

Font: Elaboració pròpia

En vermell figuren els fets o esdeveniments principals de la *Tardor Catalana*, a través dels quals s'ha articulat el procés sobiranista i les seves reaccions. Aquests fets han obtingut un gran protagonisme als mitjans de comunicació i queden coberts d'aquesta manera per la nostra anàlisi. A continuació s'enumeren aquestes dates claus:

PRINCIPALS ESDEVENIMENTS DE LA TARDOR CATALANA COBERTS PER LA MOSTRA	
A: 11 de Setembre – La V de la Diada.	E: 14 d'Octubre – Presentació del 'nou 9-N'.
B: 27 de Setembre – Convocatòria de la Consulta	F: 19 d'Octubre – 'Ara és l'hora'. Manifestació per la unitat.
C: 29 de Setembre – Suspensió de la Consulta pel TC	G: 4 de Novembre – Suspensió del 'nou 9-N' per part del TC
D: 30 de Setembre – Manifestació contra la suspensió	H: 9 de Novembre – Celebració de la Consulta

Font: Elaboració pròpia

La metodologia del mes construït, a banda de ser adequada pel fet d'abastar un marc temporal ampli, s'ha escollit per la seva adequació amb l'estudi del Clima d'opinió. Entenem el clima d'opinió com a inseparable de les fluctuacions de l'opinió pública (Noelle-Neumann, 1970, 1979, 1984, 1994, 1995) per tant, el seu caràcter no estàtic requereix d'estudis que s'esforcin per copsar aquest component orgànic i fugin d'analitzar episodis aïllats.

Els mitjans audiovisuals analitzats seran aquells que pertanyen a la Corporació Catalana dels Mitjans Audiovisuals (TV3, 3/24 i Catalunya Ràdio). Aquesta tria obeeix a raons de (1) proximitat temàtica i vinculació; (2) interès ideològic; (3) polèmica per la cobertura; i (4) l'observança del pluralisme del servei públic de radiodifusió que, precisament, és una de les funcions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Les tertúlies dels programes que compleixen les característiques desitjades dels mitjans esmentats i que s'inclouran com a peces a analitzar de la mostra queden recollits al següent quadre.

PECES AUDIOVISUALS COBERTES PER LA MOSTRA	
TV	RÀDIO
A: <i>Els matins</i> (Diari – TV3) B: <i>Divendres</i> (Diari – TV3) C: <i>23/24</i> (Canal 3/24)	C: <i>El matí de Catalunya Ràdio</i> – (Diari – Catalunya Ràdio) D: <i>L'oracle</i> – (Diari – Catalunya Ràdio)

Font: Elaboració pròpia

Un cop delimitada la mostra, a continuació es presenta breument com la recerca proposada intentaria donar resposta a les preguntes d'investigació plantejades en el punt anterior. Per fer més àgil el text, utilitzem les lletres corresponents (A,B,C...) emprades per enumerar les preguntes.

- Per tal de respondre les preguntes de recerca A, B i E es realitzarà un anàlisi de la mostra en funció de (1) quins actors intervenen com a interlocutors legitimats, (2) quina opinió mantenen, (3) quina és seva l'actitud vers la *Tardor Catalana* i (5) quina és l'actitud de la resta de convidats cap a ell.

- Per tal de respondre les preguntes de recerca C i D volem contrastar i comparar les dades de la distribució d'opinions (Clima d'opinió mediàtic) resultant de l'anàlisi mediàtic amb la distribució d'opinions (Clima d'opinió real) mitjançant les enquestes d'intenció de vot i les enquestes postelectorals de les bases de dades del CEO i del CIS més properes al marc temporal que delimita la mostra. Un cop extretes les dades seguint la metodologia proposta, s'interpreta els resultats en clau de teories de la comunicació, essencialment la teoria de l'Espiral del silenci. Per tal de respondre les preguntes A, B, C, i D es realitzarà una aproximació als resultats des de la teoria de Noelle-Neumann (1994,, fet que provoca l'ús del seu corpus teòric (conceptes i vinculacions), i per tal de respondre les preguntes E farem servir l'aparell

conceptual i metodològic del *framing* (Iyengar y Ottati 1994; Iyengar y Simon, 1993), consolidat com a eina de recerca en l'àmbit de la comunicació política⁸.

El projecte, tal i com va ser dissenyat, ha estat conduït i estructurat en diferents fases. L'anomenada *Fase 0* inclou la (a) creació de l'equip d'investigació i de l'equip de treball; (b) l'assignació de tasques i planificació de les mateixes; (c) la distribució de responsabilitats; i (d) el disseny de les mostres. Totes aquestes tasques s'han complert satisfactòriament dins del període estipulat i van suposar una feina prèvia a l'inici del projecte per tal de poder afrontar-lo amb garanties i un *background* útil en termes de planificació

Sota el nom de *Fase I* trobem una (a) exhaustiva revisió de la literatura existent sobre els *issues* que ens ocupen al projecte (comunicació política, gèneres periodístics, espiral del silenci i procés sobiranista); i (b) el desenvolupament del marc teòric dividit en tres grans eixos (a-polítiques i legislació vigent sobre pluralitat mediàtica; b- clima d'opinió, comunicació política i opinió pública; c- teoria de l'Espiral del silenci). Estava previst que els objectius d'aquesta fase estiguessin assolits al primer quadrimestre del projecte i podem confirmar que així ha estat (des del 24 Juliol fins al 24 Novembre – Agost exclòs).

Pel que fa a la *Fase II* del projecte, aquesta consistia en (a) l'obtenció de la mostra; (b) la tabulació de les dades; i (c) el tractament i anàlisi de dades. Aquest conjunt de tasques s'han dut a terme durant el segon quadrimestre del projecte (des del 24 de Novembre fins al 24 d' Març). A més, també hem inclòs vàries tasques que havien estat omeses a la redacció del projecte original com són (a) la creació d'una graella d'anàlisi; (b) la redacció d'un manual d'estil per formar analistes i obtenir dades unificades; i (c) un pre-test d'una submostra realitzat pel conjunt dels analistes per tal de detectar potencials problemes i introduir les millores oportunes. Encara que tant la graella d'anàlisi com el manual d'estil figuren com a documents als annexes d'aquest informe per a tal de poder ser consultats, volem explicar en aquest apartat de manera molt esquemàtica l'estructura dels dos documents.

La graella d'anàlisi està estructurada en els blocs temàtics següents: (1) identificació de la tertúlia; (2) identificació dels tertulians; (3) posicionament del tertulià; (4) actors representats; (5) elements claus de la teoria de l'espiral del silenci. Cadascun d'aquests blocs inclou una sèrie de variables que permeten extreure les dades necessàries per a la nostra anàlisi i poden ser

⁸ L'anàlisi de *frames* parteix de la base que els periodistes adopten un punt de vista quan elaboren les informacions (Cortiñas i Pont, 2009). En aquest sentit, s'adopta la següent concepció del *framing*: procés de selecció i èmfasi de determinats aspectes de la realitat en un text mediàtic, fet que guia la interpretació i avaluació que els receptors fan d'aquest text i, per tant, també de la realitat (Entman, 1993:52).

consultats als annexes. Pel que fa al manual d'estil, és una guia on apareixen cadascun d'aquests ítems que configuren els blocs anteriorment esmentats amb l'explicació pertinent per saber a què obeeixen i com codificar les dades per tal de que tots els analistes treballin en la mateixa direcció i sota els mateixos indicadors. En aquest sentit, i per encara més potenciar una metodologia d'extracció de dades homogènia, s'ha establert una fase pre-test on els analistes han treballat amb una submostra que després ha estat supervisada en busca de petites discrepàncies amb la intenció de detectar aquells punts de l'anàlisi amb una potencial problemàtica. Aquest pre-test ha servit per afinar alguna categoria com la identificació i posicionament del tertulià, on finalment s'ha pres la decisió de centrar-nos en allò que el programa i el tertulià mostren de manera explícita per tal de situar-nos en front al contingut com a un nou espectador i no fer servir el *background* sociopolític d'un usuari mitjà.

Finalment, la Fase III es basa en la redacció dels resultats i l'explotació de les dades mitjançant la preparació de diferents documents com (1) el present informe; (2) comunicacions a congressos; (3) articles acadèmics de cara a la seva publicació en revistes indexades nacionals i internacionals de referència a l'àmbit de la comunicació política i la teoria de la comunicació; i (4) presentacions per a potencials actes de divulgació de la recerca.

4. RESULTATS

La mostra analitzada engloba un total de 94 tertúlies: 20 d'El Matí de Catalunya Ràdio, 20 de l'Oracle de Catalunya Ràdio, 20 d'Els Matins de TV3, 18 de Divendres de TV3 i 16 del 23/24 del Canal 3/24. De totes aquestes se n'han acabat eliminant 5 perquè no tractaven la temàtica analitzada. Així doncs, la mostra final sobre la que es treballa són 89 tertúlies, en les quals total o parcialment es tracten temes relacionats amb la *Tardor catalana*. Com es pot veure a la **Figura 1**, aquesta xifra equival al 95% del total analitzat.

PRESENCIA DE LA *TARDOR CATALANA* A LA TERTÚLIA

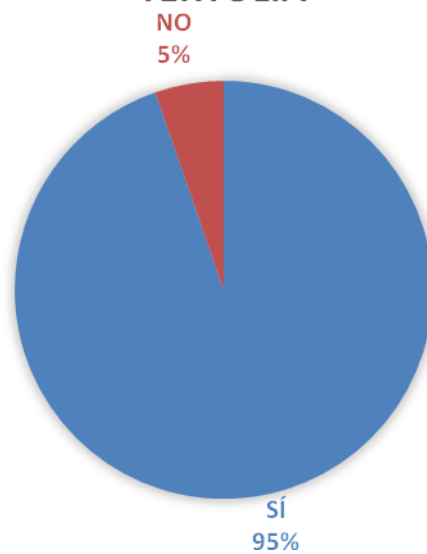


Figura 1. Presència de la temàtica tractada dins el total de tertúlies analitzades de la mostra. Font : Elaboració pròpia.

4.1. Tertulians i intervencions

El primer element que centra la nostra anàlisi són els protagonistes físics que participen de la tertúlia i a partir dels quals es vehicula i s'articula el discurs mediàtic. En total, podem identificar fins a 252 opinadors diferents, que participen amb 476 intervencions durant l'espectre temporal analitzat. Per participacions s'entén el número de vegades que han estat convidats a les tertúlies analitzades, no pas el número d'intervencions que fan al llarg del programes on participen. D'aquest conjunt de persones, la majoria participen en més d'un dels programes diferents inclosos dins la mostra.

Com es comprova a la **Figura 2**, l'opinador amb més participacions és el periodista Tian Riba, amb 19 intervencions, totes elles al programa Divendres de TV3. Convé mencionar, però, que la seva figura defuig la definició clàssica de tertulià – com a persona convidada puntualment per participar d'una tertúlia de forma esporàdica– ja que participa al programa com a col·laborador fix que intervé a gairebé la totalitat de les tertúlies assumint també el rol d'opinador.

Com a opinadors que no mantenen una col·laboració fixa amb cap dels programes, hi trobem en primer lloc l'escriptor i periodista Manuel Cuyàs (10 intervencions), seguit de l'historiador Joan B. Culla i el sociòleg Salvador Cardús (8 intervencions), els periodistes Toni Aira i Vicent Sanchis (7 intervencions), i un bloc més nombrós amb 6 participacions, on hi apareixen noms com Enric Vila, Saül Gordillo, Rafael Nadal, Marina Llansana o Vicenç Villatoro. Els segueixen un ampli grup de participants amb un nombre variable d'intervencions que van des de les cinc fins a alguns que compten amb una única participació dins la mostra analitzada.

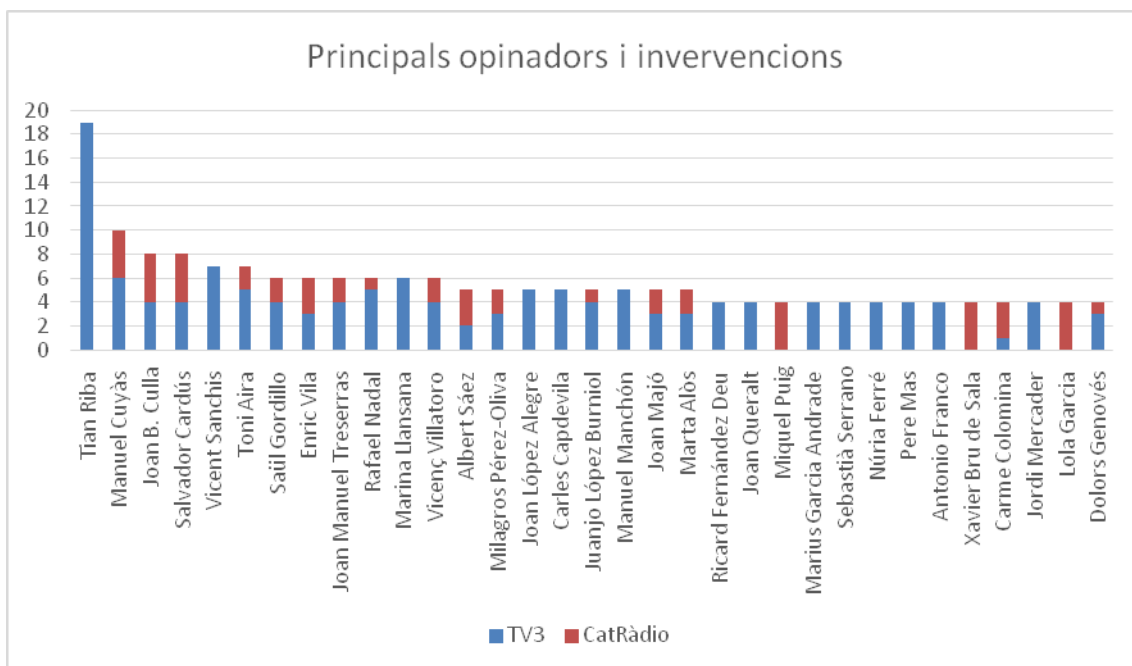


Figura 2. Opinadors amb més intervencions, diferenciades per mitjans. Font : Elaboració pròpia.

Convé deixar clar que el que s'analitza en la recerca és l'opinió d'una persona X en un temps determinat (la durada d'una tertúlia). Per tant, l'element que analitzem són les participacions dels tertulians i no els tertulians en sí. En aquest sentit, cal remarcar que el posicionament ideològic analitzat respon exclusivament a les intervencions que es desprenen de les participacions analitzades. Per això, per tal de copsar el discurs com el copsaria qualsevol espectador independentment del seu *background* sociopolític, no hem tingut en compte aspectes biogràfics, afiliacions, ni declaracions anteriors dels tertulians.

D'aquestes participacions dels tertulians se n'han desestimat 22 de cara a l'anàlisi perquè les seves intervencions tracten temes que queden al marge de l'objecte d'estudi d'aquesta investigació. Així doncs, la mostra final d'anàlisi queda en 454 intervencions diferents.

4.2. Manifestació del posicionament ideològic

El posicionament ideològic dels tertulians és un element clau a l'hora de comprendre el seu paper com a vehicle de discurs. Des de la seva posició de cert 'privilegi' mediàtic configuren un escenari on el discursos oficials i institucionals deriven i són modificats pels líders d'opinió i arriben al gran públic en forma de fragments discursius articulats que conformen un determinat clima d'opinió. El present anàlisi s'ha centrat en la manifestació del posicionament ideològic de cadascuna de les intervencions dels tertulians al respecte de dos grans elements centrals durant la Tardor Catalana. Són el 'Dret a decidir' i la 'Independència de Catalunya'.

L'anàlisi se centra en dos eixos ideològics: (1) el posicionament respecte al "dret a decidir" de Catalunya, entès com la tesi que el poble de Catalunya estava legitimat per expressar la seva opinió sobre l'ordenació territorial a la consulta prevista pel 9 de novembre de 2014, i (2) el posicionament en torn al debat sobre una hipotètica independència de Catalunya respecte l'Estat espanyol. De fet, el període en sí mateix pot ser contemplat com un impàs entre un tema i l'altre.

Respecte al primer eix ideològic analitzat, la xifra global de intervencions en tertúlies de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) és de 454. A continuació, com mostra la **Figura 3**, trobem 298 (74%) intervencions amb un comportament clarament identificable com a favorable al dret a decidir, 30 (8%) identificables com a contràries, i 126 (18%) en les quals el tertulià no mostrava ni posicionament ni argumentació que el pogués identificar en cap de les dues opcions anteriors. Com a aclariment, mencionar que aquelles intervencions que supeditaven la legitimitat a tirar endavant la consulta als límits de la legalitat espanyola s'han considerat com a participacions contràries a la consulta del 9N.

POSICIONAMENT DRET A DECIDIR TOTAL CCMA

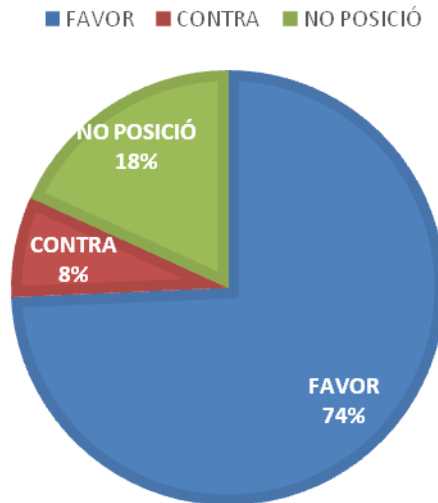


Figura 3. Posicionament en torn al "dret a decidir" en el global de tertúlies de la CCMA. Font : Elaboració pròpia.

A continuació es detallen també els resultats en l'anàlisi d'aquest mateix eix ideològic, detallats entre els dos mitjans analitzats (TVC i Catalunya Ràdio), així com també els resultats en cadascun dels programes per separat. Pel que fa a TVC, com es pot veure a la **Figura 4**, hem comptabilitzat un total de 271 participacions (194 favorables al dret a decidir; 24 en contra i 53 on el tertulià no es posiciona). Com mostra la **Figura 5**, a Catalunya Ràdio la xifra total és 183 intervencions (104 favorables al dret a decidir; 6 en contra i 73 on el tertulià no es posiciona).

POSICIONAMENT DRET A DECIDIR TOTAL TV3

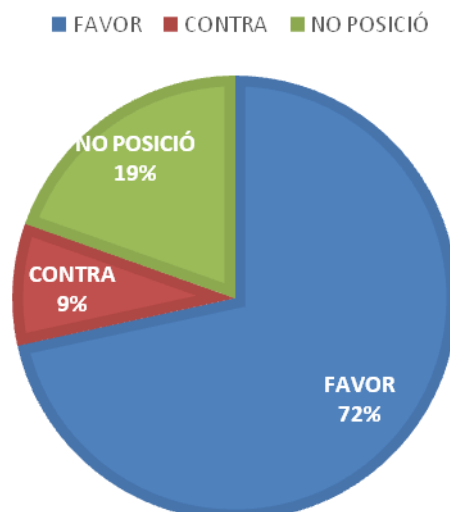


Figura 4. Posicionament en torn al "dret a decidir" en el global de tertúlies de TVC (TV3 i Canal 3/24). Font : Elaboració pròpia.

POSICIONAMENT DRET A DECIDIR TOTAL CATRÀDIO

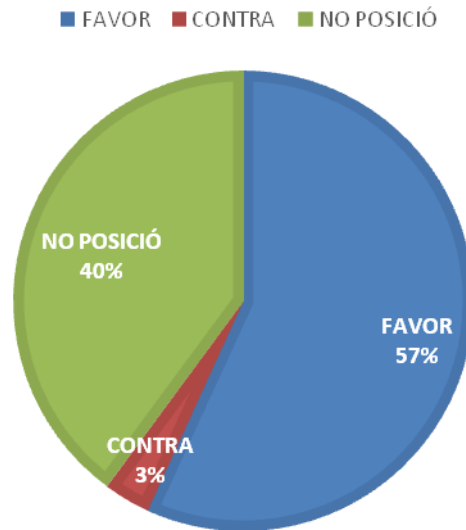


Figura 5. Posicionament en torn al "dret a decidir" en el global de tertúlies de Catalunya Ràdio. Font : Elaboració pròpia.

A continuació es mostra la distribució de la manifestació del posicionament ideològic dels tertulians en funció de les seves intervencions per cadascun dels programes dels diferents mitjans. Així, a la **Figura 6** podem observar les variacions en termes absoluts d'aquesta distribució entre els programes de TVC i Catalunya Ràdio analitzats per la recerca sobre el 'Dret a decidir'; i a la **Figura 7** la mateixa distribució en termes percentuals per programa.

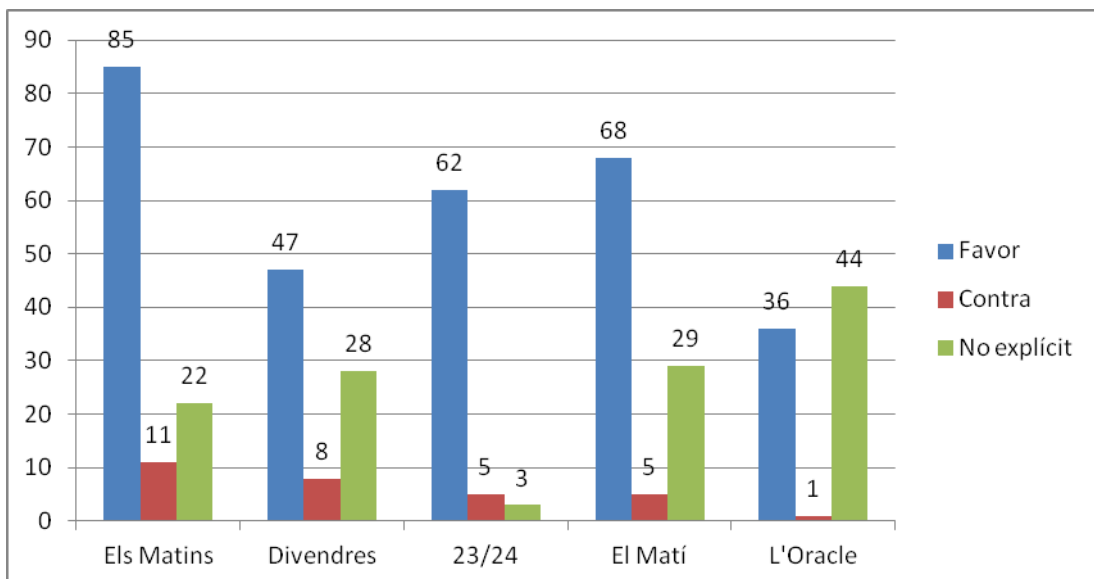


Figura 6. Posicionament en torn al "dret a decidir" en termes absoluts en funció dels programes analitzats. Font : Elaboració pròpia.

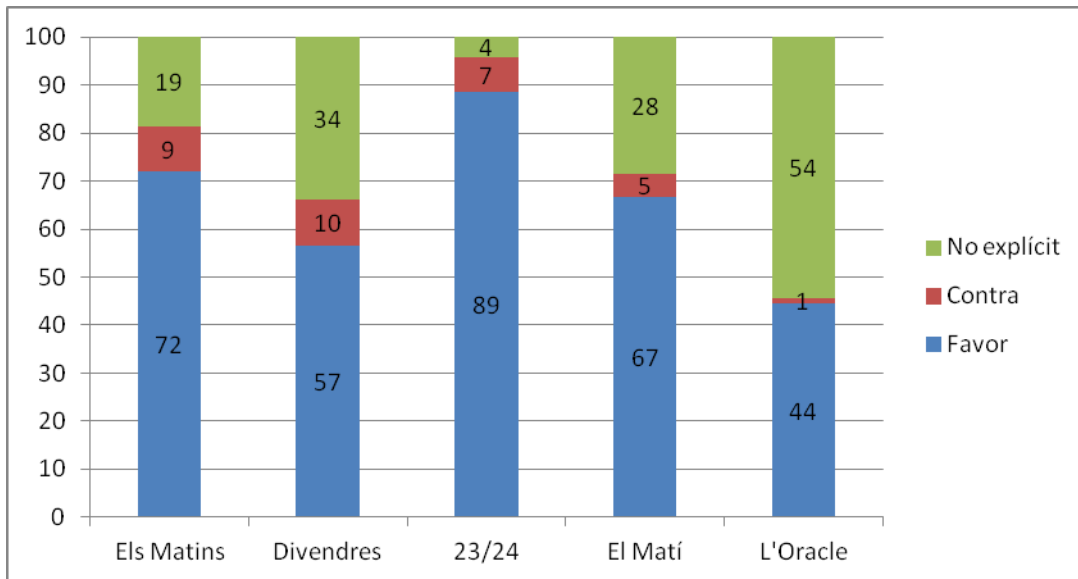


Figura 7. Posicionament en torn al "dret a decidir" en termes percentuals en funció dels programes analitzats. Font : Elaboració pròpia.

Com es pot veure a la **Figura 7**, trobem una dinàmica general que assenjala una postura ideològica explícita clarament favorable al dret al decidir al discurs dels tertulians. Aquest discurs majoritari és comú a quatre dels cinc programes analitzats amb petites diferències quantitatives. A l'extrem de màxim discurs ideològic favorable al dret a decidir trobem els programes de TVC '23/24' (89%) i 'Els Matins' (72%), i a l'altre extrem es situa el també programa de TVC 'Divendres' (57%). L'excepció a aquest posició ideològica majoritària a les tertúlies dels mitjans analitzats ve donada al programa de Catalunya Ràdio 'L'Oracle', on les posicions manifestes al dret a decidir no són majoritàries (44%), si no que s'imposa un discurs neutre que no explicita cap posició ideològica (54%).

Respecte al segon eix ideològic analitzat, el de la independència, en el global de participacions en tertúlies de la CCMA (454), trobem 116 (25%) participacions amb un comportament clarament identificable com a favorable, 30 (7%) identificables com a contràries, i 308 (68%) en les quals el tertulià no mostrava ni posicionament ni argumentació que el pogués identificar en cap de les dues opcions anteriors. Com es pot veure a la **Figura 8**, destaca, doncs, un no posicionament ni argumentació en torn a l'eix independentista en els mesos previs a una suposada votació que havia de servir per conèixer la voluntat del poble de Catalunya respecte a aquesta temàtica. A diferència de l'eix anteriorment descrit on hi havia un clar posicionament ideològic favorable a un dels discursos possibles, fet que ometia altres propostes discursives, en aquesta ocasió trobem una clara tendència a la neutralitat.

POSICIONAMENT INDEPENDÈNCIA GENERAL CCMA

■ FAVOR ■ CONTRA ■ NO POSICIÓ

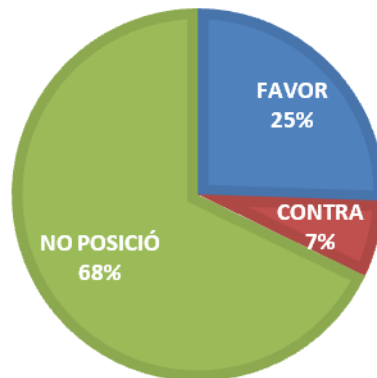


Figura 8. Posicionament davant l'opció independentista al global de les tertúlies de la CCMA. Font : Elaboració pròpia.

A continuació es mostren els resultats de la distribució d'aquest segon eix ideològic, detallats entre els dos mitjans analitzats. Pel que fa a TVC, com es pot veure a la **Figura 9**, hem comptabilitzat un total de 271 participacions (79 favorables al dret a decidir; 22 en contra i 170 on el tertulià no es posiciona). Com mostra la **Figura 10**, a Catalunya Ràdio la xifra total torna a ser de 183 intervencions (37 favorables al dret a decidir; 8 en contra i 73 on el tertulià no es posiciona). Com es pot veure en les dues figures que es mostren a continuació, la dinàmica és la mateixa si bé la distribució de posicionament ideològic és encara més marcada als programes analitzats de Catalunya Ràdio.

POSICIONAMENT INDEPENDÈNCIA GENERAL TV3

■ FAVOR ■ CONTRA ■ NO POSICIÓ

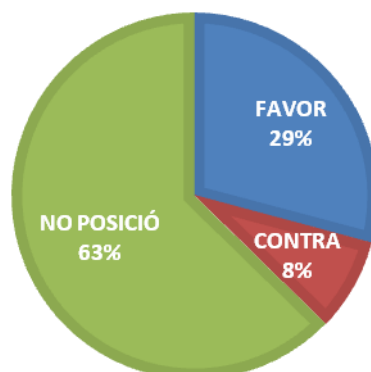


Figura 9. Posicionament davant l'opció independentista al global de les tertúlies de TVC (TV3 i Canal 3/24). Font : Elaboració pròpia.

POSICIONAMENT INDEPENDÈNCIA GENERAL CATRÀDIO

■ FAVOR ■ CONTRA ■ NO POSICIÓ

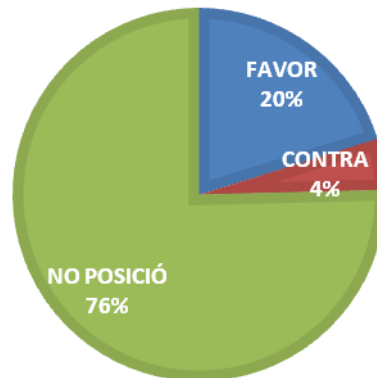


Figura 10. Posicionament davant l'opció independentista al global de les tertúlies de Catalunya Ràdio. Font : Elaboració pròpia.

A continuació es mostra la distribució de la manifestació del posicionament ideològic sobre la independència de Catalunya vers l'Estat Espanyol dels tertulians en funció de les seves intervencions per cadascun dels programes dels diferents mitjans analitzats. La **Figura 11** mostra les variacions en termes absoluts d'aquesta distribució entre els programes de TVC i Catalunya Ràdio i la **Figura 12** mostra la mateixa distribució però en aquest cas en termes percentuals per programa.

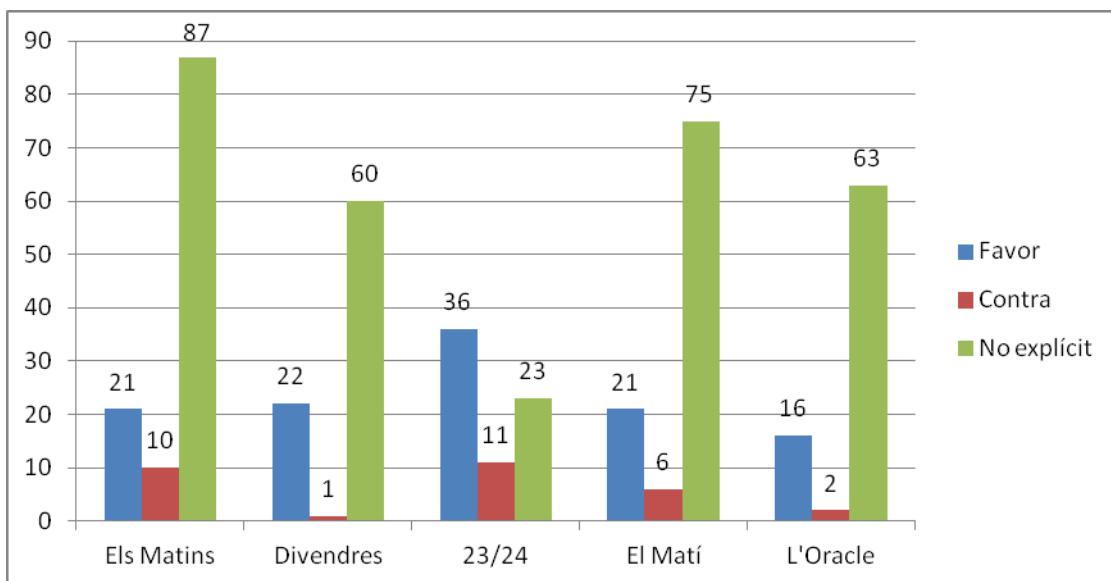


Figura 11. Posicionament en torn a la 'Independència' en termes absoluts en funció dels programes analitzats. Font: Elaboració pròpia.

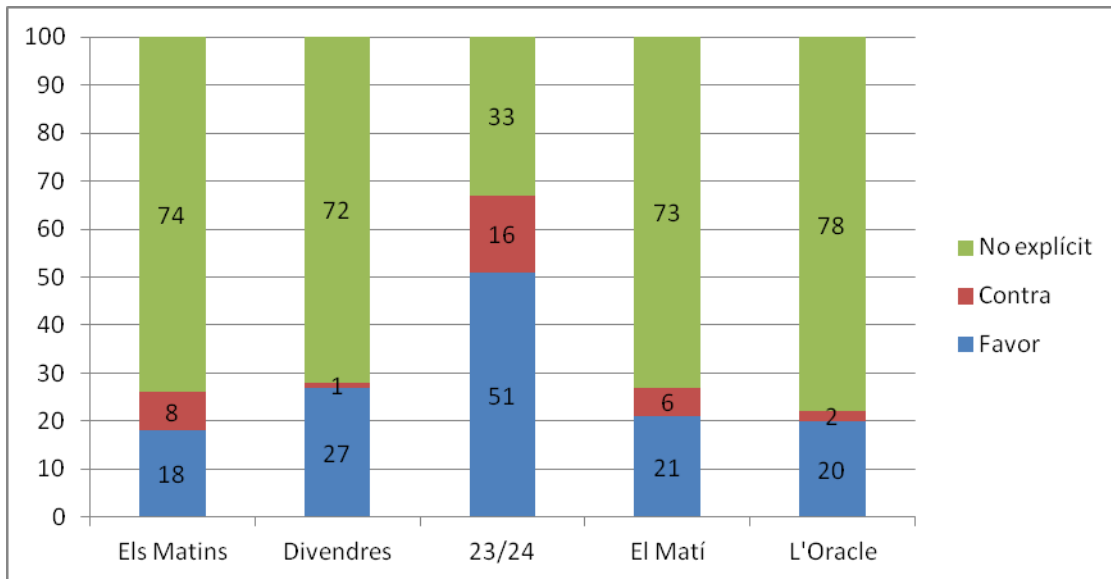


Figura 12. Posicionament en torn a l'Independència en termes percentuals en funció dels programes analitzats.

Font: Elaboració pròpia.

En aquest cas, i com ja hem comentat, la dinàmica general situa un discurs majoritari en l'absència de posicionament ideològic manifest a favor de la independència. Quatre dels cinc mitjans analitzats presenten aquest escenari amb xifres relatives molt similars (74% - 72% - 73% - 78%). D'altra banda, l'excepció ve donada pel fet que aquesta neutralitat o absència de posicionament ideològic explícit es trenca al programa de TVC '23/24', on el discurs majoritari és favorable a la independència, si bé en aquesta ocasió amb una xifra menor.

4.3. Actors representats

El tercer element d'anàlisi s'introdueix en la construcció del relat per detectar i classificar quins són els actors que, per boca dels opinadors, protagonitzen el relat que es desprèn de la tertúlia. En aquest apartat, l'anàlisi es centra en dues vessants: (1) identificar quins són aquests actors mencionats i amb quina freqüència, per així detectar i definir sobre quins elements es construeix el discurs durant la tertúlia. El segon element a analitzar (2) és la naturalesa dels actors citats durant les participacions dels opinadors per tal de classificar-los en 5 grans blocs segons la seva categoria social: institucionals, polítics, civils, tècnics o professionals i mediàtics

El total d'actors detectats durant l'anàlisi són de 2432, i cal remarcar que no es tracta d'actors diferents necessàriament en tots els casos. L'anàlisi ha tingut en compte totes les vegades que un actor ha estat mencionat a mode d'eina de construcció de discurs. Per tant, el mateix personatge sociopolític pot haver estat compatibilitzat més d'un cop com a actor discursiu.

Com es pot veure a la **Figura 13**, en el global de tertúlies analitzades, la categoria amb més representació és la dels actors institucionals (1162 representacions), seguits pels actors de procedència política (851), els de la societat civil (203), mediàtics (178) i tècnics o professionals (34). Aquestes xifres equivalen a una representació percentual del 48% en el cas dels actor institucionals; un 35% en el cas dels actors polítics; un 8% d'actors civils; un 7% d'actors mediàtics i, finalment, un 1% d'actors tècnics.

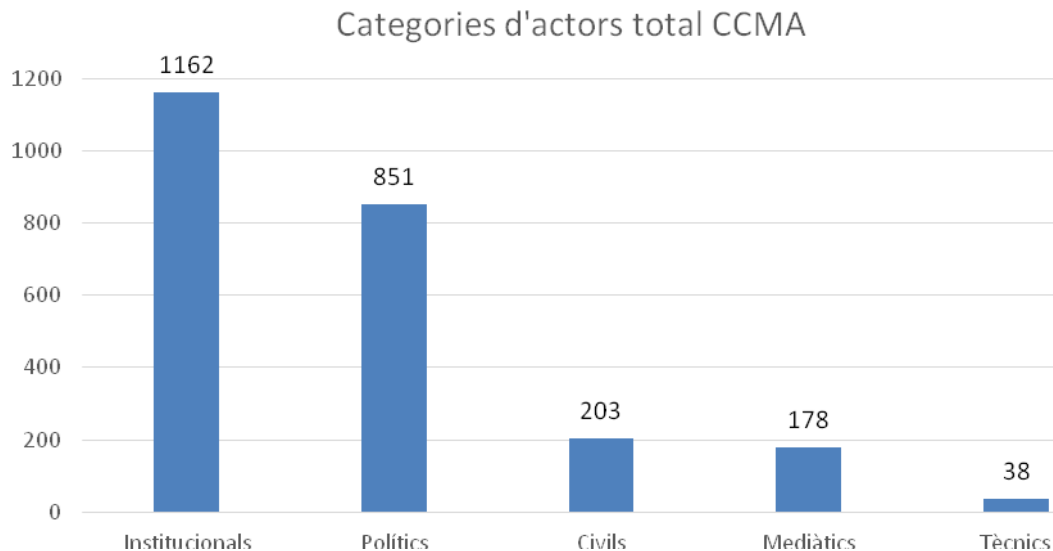


Figura 13. Categories d'actors representades al global de tertúlies de la CCMA. Font: Elaboració pròpia.

El llistat detallat de la presència dels actors en funció de la seva categorització es pot consultar als annexes d'aquest informe.

A continuació es detallen també els resultats en l'anàlisi de categoria i identificació d'actors, detallats entre els dos canals analitzats. La **Figura 14** mostra la distribució d'actors representats a les tertúlies de TVC, i la **Figura 15** fa el propi amb les tertúlies de Catalunya Ràdio. La majoria dels resultats d'aquesta divisió en funció del mitjà presenta unes xifres relatives similars entre els actors institucionals, civils, mediàtics i tècnics, però presenta una gran diferència vers els actors polítics que serveixen per personificar i vehicular el discurs i l'exposició ideològica dels tertulians. Als programes de TVC analitzats la proporció és de gairebé dos actors institucionals per un cada actor polític (812 – 498) ; en canvi, aquesta proporció s'igualava 1 a 1 als programes de Catalunya Ràdio on fins i tot hi apareixen més actors polítics per construir i legitimar el discurs (350-353).

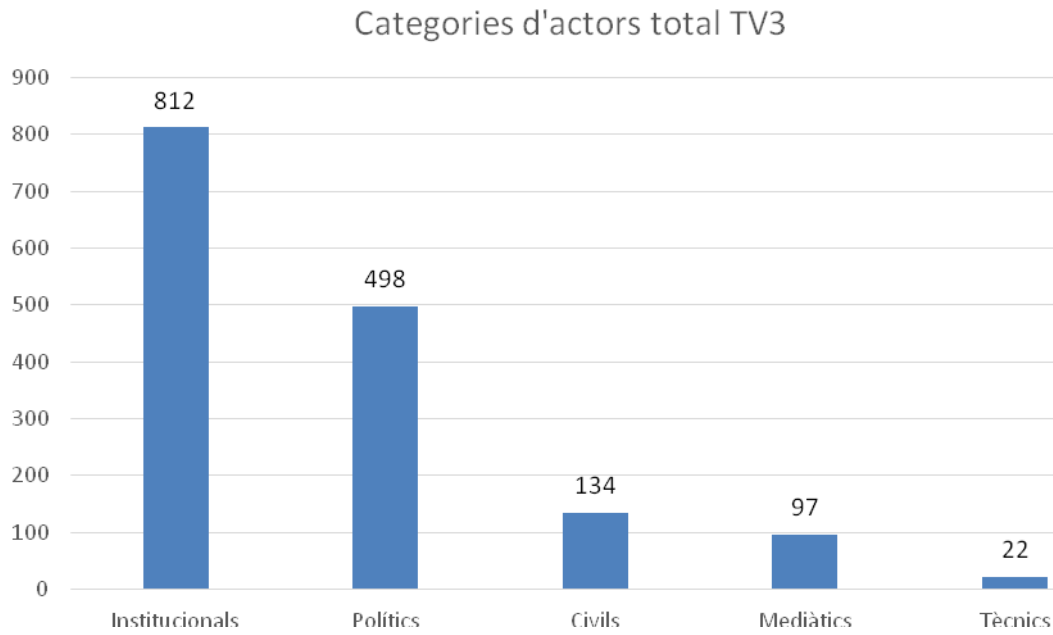


Figura 14: Categories d'actors representades al global de tertúlies de TVC (TV3 i Canal 3/24). Font: Elaboració pròpia.

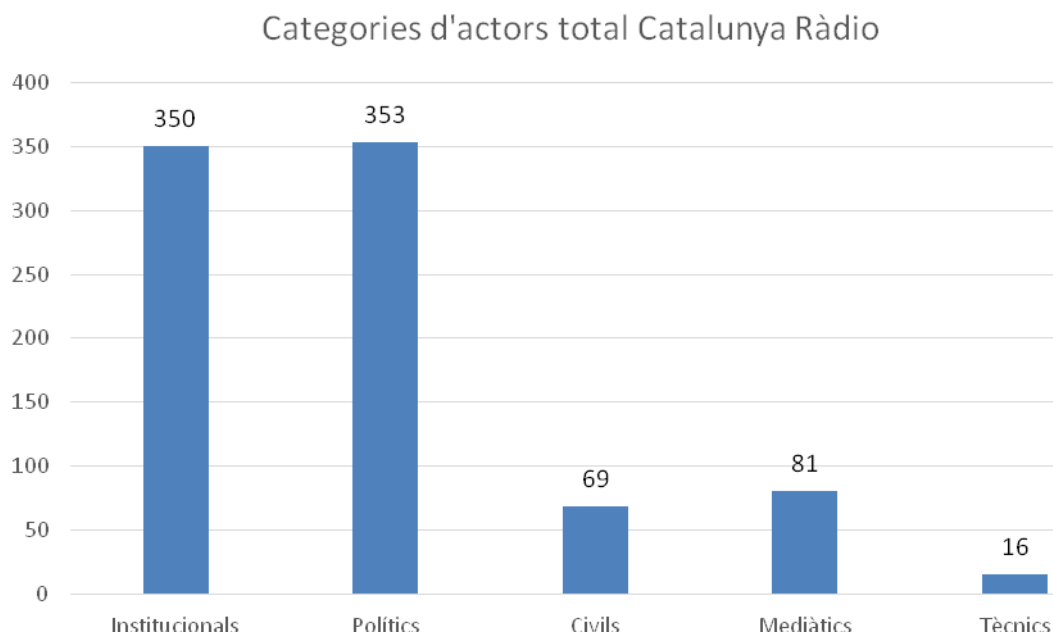


Figura 15: Categories d'actors representades al global de tertúlies de Catalunya Ràdio. Font: Elaboració pròpia.

A continuació es mostra la distribució d'aquestes categories en funció dels actors que vertebreren el discurs dels tertulians per cadascun dels programes analitzats. D'una banda, la

Figura 16 mostra aquesta categorització en termes absoluts, i per l'altra, la **Figura 17** ho fa en termes percentuals per programa.

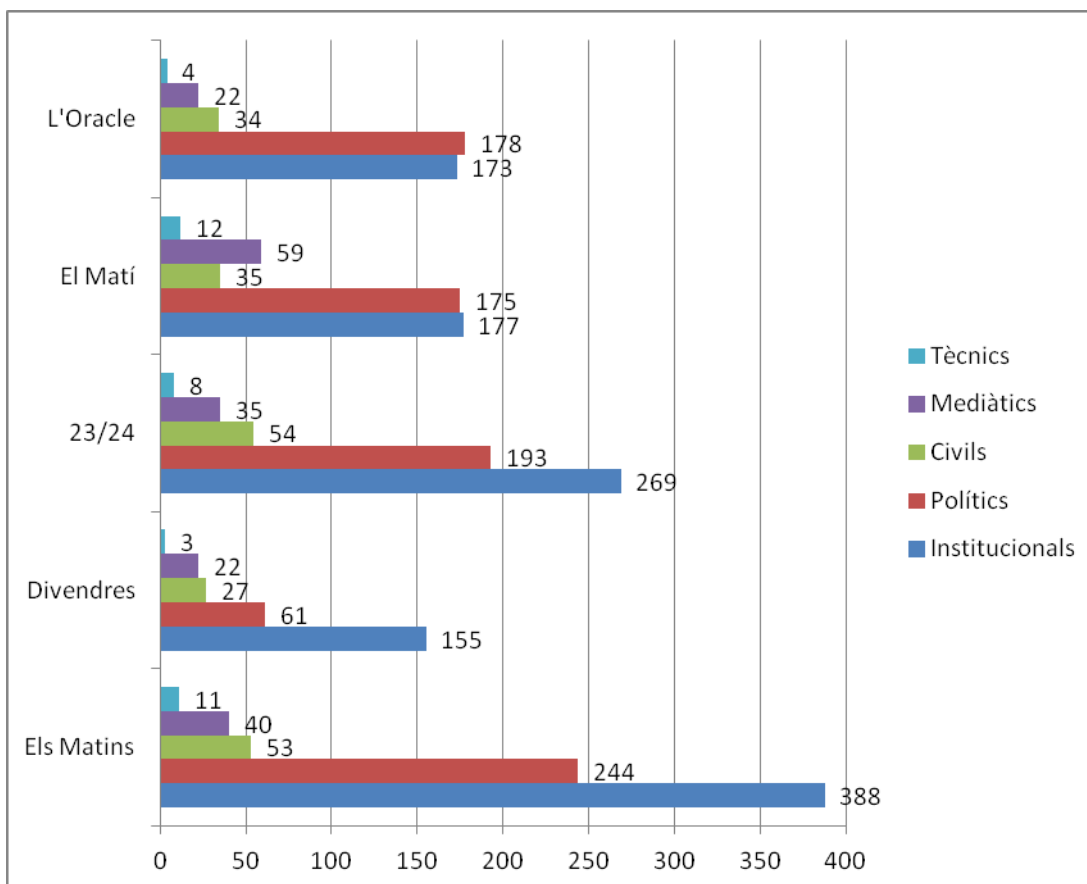


Figura 16. Categories d'actors en termes absoluts en funció dels programes analitzats. Font: Elaboració pròpia.

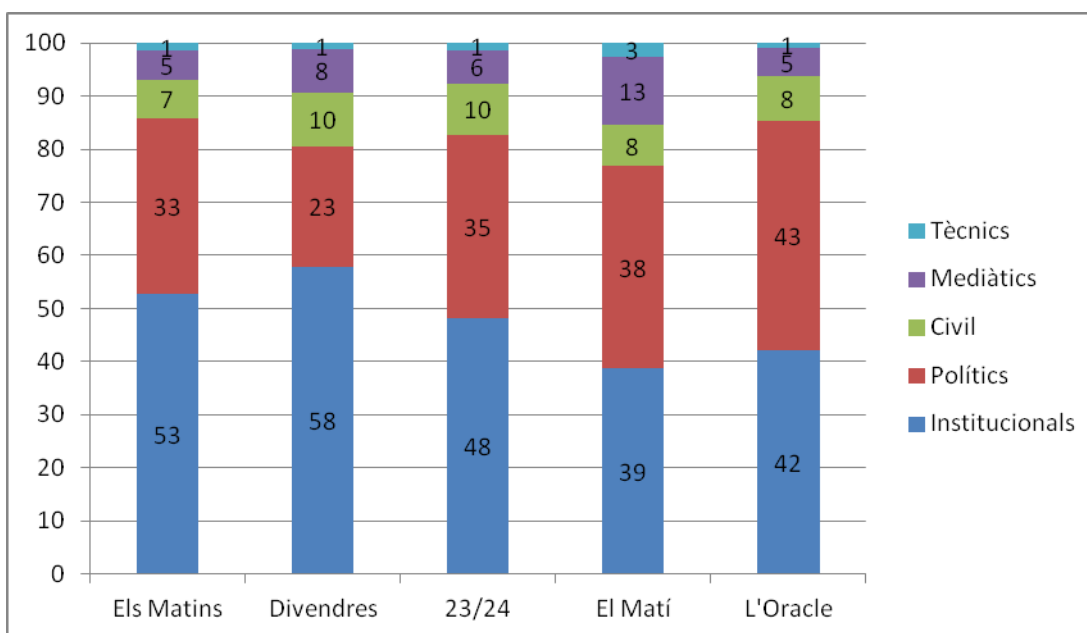


Figura 17. Categories d'actors en termes percentuals en funció dels programes analitzats. Font: Elaboració pròpia.

Com s'aprecia a la **Figura 17**, hi ha una predominança general dels actors institucionals a tots els programes televisius analitzats de la nostra mostra, amb petits diferències, seguit d'un segon bloc d'actors principals com són els polítics. La presència dels actors civils, mediàtics i, finalment, tècnics és testimonial i té un pes significatiu menor. Pel que fa als programes de ràdio analitzats, la tendència canvia i trobem un equilibri gairebé absolut entre actors institucionals i polítics (39% - 38% en el cas de 'El Matí'; 42% - 43% en el cas de 'L'Oracle'), però continuem trobant un escenari on la resta d'actors no suposa un referent al discurs construït pels tertulians.

4.4. Resposta a les preguntes d'investigació

Si bé la presentació i descripció dels resultats en el punts anteriors donen la informació necessària per respondre la majoria de preguntes plantejades en la present recerca, estimem oportú dedicar un apartat on exposar de forma directa, esquemàtica i resumida, els resultats seguint l'ordre de les preguntes que han motivat aquesta investigació.

A. Quin clima d'opinió es desprèn dels gèneres d'opinió audiovisuals del procés sobiranista?

Els nostres resultats mostren que és necessari fer una distinció entre els dos grans blocs que van estructurar l'agenda sociopolítica de la Tardor Catalana; d'una banda el dret a decidir, i, de l'altra, la independència de Catalunya vers l'Estat Espanyol. Pel que fa al primer element, el clima d'opinió que es desprèn del global de les tertúlies que formen la mostra de la recerca és favorable de manera gairebé homogènia al dret a decidir amb diferents arguments i mitjançant una gran varietat d'actors per vehicular i construir un discurs que gairebé elimina del clima d'opinió les postures ideològiques contràries (75%-8%).

Pel que fa al segon element, en canvi, trobem que els mitjans públics en aquest cas mostren un discurs que afavoreix la creació d'un clima d'opinió amb absència de polarització entre postures ideològiques manifestes (68%). La diferència entre aquelles veus que ajuden a articular el discurs del clima d'opinió i sí es posicionen tornen a deixar les postures contràries als interessos de la Tardor Catalana en una minoria gairebé sense representació mediàtica (7%).

B. Quin és el discurs minoritari i quin és el majoritari?

També en aquest cas cal separar els dos elements que han vertebrat la nostra anàlisi. Pel que fa al dret a decidir, el discurs majoritari és aquell que recolza i demana el dret a decidir mentre que el discurs minoritari, amb molta diferència de presència, és aquell que defensa postures

contràries. Pel que fa a la independència de Catalunya, el discurs minoritari és també aquell que es posiciona ideològicament en contra, si bé en aquest cas el discurs majoritari és aquell que no es posiciona de manera manifesta sobre la possibilitat i les implicacions de la independència. Per tant, cal destacar que no hi ha un posicionament clar dels tertulians a favor de exercir la secessió.

C. Aquest clima d'opinió obeeix al clima d'opinió real i existent de la societat o es poden observar biaixos ideològics?

Per tal de respondre aquesta pregunta, s'han comparat els resultats d'aquest estudi amb el baròmetre elaborat pel Centre d'Estudis d'Opinió⁹ (CEO), durant el període que coincideix amb la mostra del projecte. El CEO de la 2a onada de l'any 2014, revela que la gran majoria de catalans (69,2%) afirmen que Catalunya ha assolit un nivell "insuficient d'autonomia", mentre que un 21,7% se sent còmode amb el nivell autonòmic assolit; la resta no ho sap o no contesta. Un 45,3% manifesta el desig que Catalunya sigui un Estat independent, el 23,4% considera que el paper d'autonomia dins l'Estat espanyol és adequat i un 22,2% considera que hauria de ser un estat dins una Espanya federal. Sobre el sentiment independentista, un 48,5% dels catalans no se senten independentistes; un 28,2% afirmen ser-ho des de sempre i un 20,9% afirma que s'han tornat independentistes en els últims anys. La suma d'aquests dos últims valors indiquen que 49,10% actualment es declara independentista.

En conseqüència, per contestar la pregunta que ens formulàvem sobre si els climes d'opinió sobre el dret a decidir i la independència responen al clima 'real' la resposta és afirmativa. Segons es desprèn dels sondejos elaborats pel CEO hi ha una preocupació real dels ciutadans catalans envers el seu estatus polític i gairebé 7 de cada 10 ciutadans vol canviar la relació amb l'Estat. Semblantment, cal dir que no hi ha biaixos ideològics temàtics clars dels mitjans de comunicació públics catalans en les seves tertúlies, ja que totes tracten d'una manera o altre, la preocupació d'una majoria folgada de catalans que demana resoldre el contenciós polític amb Espanya.

D. Hi ha, per tant, un doble clima d'opinió?

De les dades que ens ofereix el Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) en concloem que no existeix un doble clima d'opinió. És a dir, que la temàtica de la majoria de les tertúlies dels mitjans públics catalans de la CCMA responen a les preocupacions que tenen els catalans respecte les relacions Catalunya-Espanya. Fixem-nos que a la pregunta que formula l'organisme públic de si

⁹ <http://www.ceo.gencat.cat/ceop/AppJava/pages/index.html> [Darrera consulta 01/06/2016]

“Vol que Catalunya esdevingui un Estat?”, un 64,2% votaria “sí” i un 19,7% votaria “no”. Per tant, coincideix l'interès de canvi d'estatus polític del ciutadans amb la temàtica de les tertúlies analitzades en aquest estudi.

E. Com s'articulen aquests discursos, de quin espai disposen? Com s'emmarquen i a través de quins actors?

Els discursos articulen eines discursives que els usuaris poden utilitzar com a referents ideològics presents al clima d'opinió a l'hora de conformar la seva pròpia opinió i expressar-se en públic. En aquest sentit, el discurs mediàtic compleix una doble funció com a constructor de la realitat social en tant que dibuixa uns límits en l'esfera pública entre opinions majoritàries i minoritàries, i una estructura de recolzament que legitima aquestes opinions, o per contra, les assenyalava com a desviacions. Els discursos s'articulen principalment en torn a una sèrie d'elements verbals que en el nostre anàlisi han estat els actors i els temes principals de la tertúlia. El primer element funciona com a mecanisme d'autoritat i legitimació-deslegitimació per recolzar els discurs propi del tertulià, i el segon element funciona com marc conceptual per delimitar l'escenari mediàtic que es proposa com a rellevant a ulls dels espectadors i oients.

Els actors, com ja hem vist amb anterioritat, són bàsicament de caràcter institucional i polític en termes generals, relegant a una presència testimonial a altres categories d'actors com els mediàtics, els tècnics o professionals i els actors provinents de la societat civil. Si bé entre les dues categories d'actors s'acumula fins a un 83%, hi ha una gran diferència entre els actors institucionals (48%) i els actors polítics (35%); és a dir, el discurs es construeix bàsicament des de el poder i contra el poder, en funció de la posició ideològica, i eminentment des d'una esfera normativa que prioritza les informacions oficials.

Els aspectes al voltant dels quals ha pivotat l'estructura temàtica de les tertúlies configura i emmarca l'actualitat d'una determinada manera, fet que ajuda a la construcció del clima d'opinió i impacta de manera directa en la interpretació i decodificació del missatge mediàtic fet pels usuaris. Els gran temes han estat el dret a decidir i la independència de Catalunya, vertebrats per subtemes com el 9N, el referèndum escocès, la Diada catalana, la resolució del Tribunal Constitucional contra la consulta o el Nou 9N. Aquest nivell temàtic focalitza l'atenció en determinats successos informatius, i és a l'hora de veure el tractament d'aquests temes quan parlem de marcs i enquadres. Aquests marcs són una decisió feta per part dels responsables i editors del programes, fet que allunya l'interès de la nostra recerca d'aquest aspecte.

5. CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

1.- Hi ha un posicionament clar dels tertulians de la mostra analitzada a favor del dret a decidir i un no posicionament en la temàtica de la independència durant la Tardor Catalana

El 74% d'intervencions tenen un comportament clarament identificable com a favorable amb el concepte de dret a decidir, un 8% de les opinions identificables com a contràries, i un 18% en les quals el tertulià no mostrava un posicionament que es pogués identificar en cap de les dues opcions anteriors. Pel que fa a la independència, en el global de participacions en les tertúlies analitzades, el 25% de participacions tenen un comportament clarament identificable com a favorables, un 7% en són contràries, i el 68% de les intervencions, el tertulià no mostrava cap argumentació que el pogués identificar en cap de les dues opcions anteriors. Per tant, el debat a les tertúlies dels mitjans públics catalans era entorn a legitimitat d'exercir el dret a vot, més que no pas a la discussió sobre els avantatges o inconvenients de la independència.

2.- Els actors institucionals i polítics són els més citats pels tertulians a l'hora de conformar les seves argumentacions. De manera residual, els tertulians utilitzen en els seus raonaments actors civils, tècnics o experts

En el global de tertúlies analitzades, la categoria amb més representació és la dels actors institucionals (1162 representacions), seguida dels actors de procedència política (851), els de la societat civil (203), mediàtics (178) i tècnics o professionals (34). Aquestes xifres equivalen a una representació percentual del 48% en el cas dels actor institucionals; un 35% en el cas dels actors polítics; un 8% d'actors civils; un 7% d'actors mediàtics i, finalment, un 1% d'actors tècnics. Es remarcable que en un procés polític on es destaca la participació constant de l'anomenada "Societat Civil" com a impulsor del Procés, els actors que provenen d'aquest àmbit tinguin una presència tant residual que no arriba ni al 10% del conjunt en les argumentacions dels tertulians.

3.- No s'evidencien les característiques principals de la teoria de l'Espirall del silenci en els tertulians a partir de la mostra analitzada

Els elements principals de la teoria de l'Espirall del silenci com ara la por a l'aïllament, les sancions o els premis socials i la percepció del clima d'opinió no apareixen amb suficient intensitat a les tertúlies analitzades com per a acumular pes i protagonisme a l'anàlisi. En canvi, l'emudiment d'opinions sí que podria haver tingut presència en les tertúlies i cal una interpretació en clau de la teoria de l'Espirall del silenci. El fet que, pel que fa a la

independència, el 68% de les intervencions, els tertulians no mostressin clarament la seva opinió (ni contrària ni a favor) podria obeir a diferents factors que lliguen amb la teoria de Noelle-Neumann: Sancions socials en forma de càstig polític, cautela davant d'un futur incert, o autocensura davant postures ideològiques contràries.

4.- La distribució del clima d'opinió mediàtic envers la Tardor Catalana coincideix amb el clima d'opinió real, tanmateix les principals preocupacions dels ciutadans són de caire econòmic i laboral

A partir de les dades del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat podem dir que durant el període de l'estudi les relacions Catalunya-Espanya ocupen el quart lloc d'importància (23,9%) en la detecció dels principals problemes que manifesten els ciutadans. Els catalans consideren, per aquest ordre, l'atur i la precarietat laboral el principal problema (58,7%), seguit del funcionament de l'economia (40,3%) i, en tercer lloc, la insatisfacció amb la política (37,1%).

5.- La vinculació política dels tertulians que formen part d'una formació política no sempre es fa explícita, fet que genera indefensió contextual o, fins i tot, cognitiva a l'espectador o l'oient

En la mostra analitzada es conclou que no sempre es fa evident la vinculació política del tertulià quan opina, amb la qual cosa ha de ser l'audiència la que ha d'endevinar la posició que defensa en la tertúlia. Aquesta manca de posicionament polític no és censurable ni exigible en aquells casos que el tertulià no forma part d'una formació política, però és més reprovable en els actors que sí que directament són a l'organigrama o en la militància d'un partit polític i el programa no ho explicita. Això ens condueix a un doble joc on els convidats ho són per motius ideològics i vinculacions polítiques, però en cap moment es fa evident ni per part d'ells ni per part del programa, fet que oculta a l'espectador una informació rellevant. Aquests actors, si exerceixen com a líders d'opinió, és precisament per la vinculació política que no es fa explícita.

Recomanacions per a la millora del contingut i la forma de les tertúlies als mitjans públics

1. Identificar els tertulians i donar més informació al públic

Amb la voluntat d'oferir la major quantitat d'eines a l'espectador en la seva descodificació de la informació que rep quan s'exposa als missatges mediàtics de les tertúlies recomanem que tots els tertulians siguin presentats, ja sigui pel propi conductor del programa, ja sigui per ells mateixos, o amb un simple *càiron* en el cas de la televisió. La majoria de programes treballen

en aquesta línia, però hi ha casos concrets com ara el 'Divendres', a TV3, on no es presenten els seus tertulians. Cal aportar una informació mínima consistent amb el nom i cognoms del tertulià, professió i càrrec, i motiu pel qual ha estat convidat al programa. En cas contrari, a banda d'ometre informació rellevant, pot arribar a semblar que l'emissió només es dirigeix a un tipus de públic fidel que ja comparteix codis –ideològics, simbòlics, imaginaris...- amb el mitjà, fet que deixa de banda a la resta de possibles públics i a més genera una distància automàtica amb l'espectador que crea en primer terme pel propi mitjà.

2. Es recomana cercar la paritat de gènere i la inclusió de perfils heterogenis

Cal remarcar el fet que les tertúlies polítiques analitzades als programes de televisió 'Els Matins', 'Divendres', '23/24' i als programes de ràdio 'El Matí' i 'L'Oracle' estan molt lluny de mostrar una paritat entre gèneres pel que fa a la selecció i aparició dels tertulians. Creiem que aquest fet ha de ser tingut en compte a l'hora de prendre decisions futures de configuració de la tertúlia – i per extensió, dels mitjans públics catalans – com a espai exemplar d'inclusió. S'han de redoblar esforços per tal de no presentar a l'imaginari col·lectiu l'espai polític català com a propi de l'home. En aquesta línia, també podríem afegir l'absència gairebé total de representants d'altres ètnies que configuren l'espai audiovisual català lligat a la política com un espai normatiu i homogeni, una imatge molt distant de la realitat que viuen els espectadors i oients al seu dia a dia.

Tanmateix, es detecta un grau de correcció notable entre els tertulians i el moderador i un respecte considerable per les posicions ideològiques divergents. En altres paraules, l'absència de premis o sancions socials entre tertulians evidencien un to de correcció notable en els programes, on tot i haver-hi diferents posicions ideològiques i un clima d'opinió majoritari molt evident, hi ha un important respecte per les diferències d'opinió de totes les posicions i perfils ideològics esmentats en la investigació.

3. Fer més representatives les tertúlies des de punt de vista generacional i professional

Cal plantejar l'obertura de les tertúlies a persones de generacions i perfils professionals diversos. En alguns dels espais analitzats, especialment radiofònics com el Matí de Catalunya Ràdio això ja passa, però en altres no. Cal doncs, evitar que la construcció del clima d'opinió i l'imaginari col·lectiu quedi reduït a poques persones de professions i generacions concretes. En aquest sentit, la figura de 'tertulià puntual' –així se'l denomina- que apareix a la tertúlia de 'El Matí de Catalunya Ràdio' és especialment rellevant.

4. Incloure experts sobre la temàtica que es debat a la tertúlia

Cal defugir de la sensació ja existent de que el tertulià és aquella persona que sembla que sap de tot. En aquest sentit, seria aconsellable incloure experts d'aparició puntual lligada al tema tractat a la tertúlia. La condició de servei públic precisa donar al ciutadà una opinió que ha d'estar sustentada a partir d'una informació rica, rigorosa i argumentada.

5. Utilitzar més fonts expertes en la difusió d'informació o opinió per part dels participants a les tertúlies

Aquesta és una recomanació que és complementària de l'anterior. Si tenim en compte que bona part dels tertulians són periodistes fora bo que, en absència d'experts, siguin aquests professionals de la informació els que cerquin fonts acreditades per poder sustentar i reforçar les seves opinions. Com es demostra en aquesta investigació, la majoria de fonts dels tertulians són polítiques i, només residualment, es cerca l'opinió dels experts per abordar la complexitat de la informació política que es deriva de les temàtiques de la Tardor Catalana del 2014.

6. Assegurar la presència d'alternatives ideològiques discursives de les tertúlies dels mitjans públics

Com ja s'ha exposat en punts anteriors d'aquest informe, els resultats obtinguts per aquesta recerca mostren una representació no suficient dels discursos minoritaris. Sense entrar en valoracions ideològiques, l'hegemonia del discurs majoritari no ha de ser obstacle per tenir en compte també les alternatives (7% i 8%) i evitar així construir un clima d'opinió majoritari sobre el dret a decidir o sobre la independència de Catalunya. En aquest sentit, cal assegurar la presència d'alternatives discursives a les corrents d'opinió majoritàries amb la voluntat de que no es converteixen en absolutes. La presència als mitjans públics de múltiples discursos, ideologies i representacions de la realitat social són una eina clau, tant d'articulació com d'informació per tal d'enfortir la voluntat democràtica de la societat.

Tanmateix, no s'ha de perdre de vista el clima d'opinió real existent a la població per tal de ser un referent i no caure en una distància simbòlica i imaginària entre la distribució real d'opinions i el clima d'opinió mediàtic. En altres paraules; si bé cal defugir de convertir els mitjans públics en escenaris o plataformes per a construir o impulsar una determinada postura ideològica decidida pels seus responsables, aquests no poden obviar el clima d'opinió majoritari que com es demostra en l'estudi és molt favorable al dret a decidir de Catalunya. L'escenari idoni seria aquell en el que s'és capaç de donar als públics oients o televidents una distribució proporcionada de discursos majoritaris i discursos alternatius no només en funció

de la seva representativitat al Parlament, sinó també en el conjunt de la societat com es demostra en aquest estudi.

7-. Repensar el format audiovisual de la tertúlia

Cal que els protagonistes implicats – professionals, mitjans de comunicació i acadèmics, reflexionin sobre la pròpia condició de les tertúlies – en aquest cas, sociopolítiques- i la seva idoneïtat com recurs als mitjans de comunicació públics. Sembla clar, des de la teoria, què pot aportar una tertúlia a l'audiència: (1) profunditat en els arguments; (2) reflexió; (3) opinions i veus expertes; (4) divulgació de conceptes; (5) presentació de discursos alternatius; i (6) confrontació entre posicions ideològiques.

Caldria reflexionar sobre si el format, que té un baix cost econòmic i de producció, l'ha convertit en un recurs fàcil en comptes d'un contingut necessari per fer que els ciutadans se'ls faciliti la interpretació de la realitat a partir d'un model d'èxit com són les tertúlies radiofòniques i televisives.

6. REFERÈNCIES

Aira, J. A. (2007). La construcció mediàtica de l'agenda política. El pes del màrqueting polític en les estratègies partidistes. El cas de l'enquadrament mediàtic de l'Estatut de Catalunya 2006. Tesi doctoral no publicada, Universitat Ramon Llull, Barcelona.

Alonso, F. (2014). Análisis de la investigación contemporánea sobre la Espiral del silencio (1990-2010). Tesi doctoral. Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra.

Alonso, F. (2016). El impacto de la conceptualización de la 'voluntad de expresar la opinión en público' en la investigación sobre la Espiral del silencio (1990-2010). *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi. IEC.*

Alonso-Muñoz, L. (2014). El tratamiento en la prensa del movimiento independentista en Cataluña. *Sphera Publica*, 2(14), 104–126.

Baumeister, R. y Leary, M. (1995). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117 (3), 497-529.

Baumeister, R., y Tice, D. (1990). Anxiety and social exclusion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9, 165-195.

Bosch, J. (2013). De l'Estatut a l'autodeterminació. Barcelona: Editorial Base.

Bourdieu, P. (2000). La opinión pública no existe, Pp. 220-232 en *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Istmo.

Cardús, S. (2010). El Camí de la independència. Barcelona: La Campana.

Castelló, E. (2015). Masking Political Engagement: Television Coverage of a Mass Demonstration in Barcelona. *Television & New Media*, 16(6), 521–537.

Cortiñas, S. i Pont, C. (2009) *Premsa diària i comunicació política. La percepció del projecte de reforma de l'Estatut de Catalunya en 12 diaris espanyols. Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, nº 38, 117-134.

Cramer, K. (2015). Political Power and Civil Counterpower: The Complex Dynamics of the Catalan Independence Movement. *Nationalism and Ethnic Politics*, 21(1), 104–120.

Dalisay, F., Hmielowski, J., Kushin, M. y Yamamoto, M. (2012). Social Capital and the Spiral of Silence. *International Journal of Public Opinion Research*, 24 (3), 325-345.

Donsbach, W. y Stevenson, R. (1984). Challenges, Problems and Empirical Evidence of the Theory of the Spiral of Silence. Paper presented at the Conference of the International Communication Association, May 24-28, San Francisco.

Ericson, R., Baranek, P. y Chan, J. (1989). *Negotiating control. A study of news sources*. Milton Keynes: Open University Press.

Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.

Foucault, M. (2012). *Nacimiento de la biopolítica*. Madrid: Akal.

Gili, R. (2013). Els mitjans de comunicació com a legitimadors o deslegitimadors d'un projecte polític a través de l'enquadrament i les estructures semionarratives. El cas del dret a decidir de Catalunya en el període 2006-2012. Treball final de màster. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Gili, R. (2014). El nacionalisme és això, un retorn a la tribu: legitimació i deslegitimació de la Via Catalana a la premsa diària a través de l'anàlisi de l'enquadrament i les estructures semionarratives. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 31(2), 93-113.

Glynn, C., Herbst, S., O'Keefe, G. y Shapiro, R. (1999). *Public Opinion*. Boulder, CO: Westview Press.

Glynn, C. y McLeod, J. (1984). Public opinion du jour: An examination of the spiral of silence. *Public Opinion Quarterly*, 48 (4), 731-740.

Granovetter, M. y Soong, R. (1988). Threshold Models of Diversity: Chinese Restaurants, Residential Segregation, and the Spiral of Silence. *Sociological Methodology*, 18, 69-104.

Grossi, G. (2007). *La opinión pública. Teoría del Campo demoscópico*. Madrid: CIS.

Guattari, F. y Rolnik, S. (2006). *Micropolítica. Cartografías del deseo*. Madrid: Traficantes de sueños.

Guinjoan, M., Rodon, T. i Sanjaume, M. (2013). *Catalunya, un pas endavant*. Barcelona: Angle Editorial.

Hardt, M. y Negri, T. (2005). *Imperio*. Barcelona: Paidós.

Iyengar, S. y Simon, A. (1993). News coverage of the Gulf Crisis and public opinion. A study of agenda-setting, priming and framing. *Communication Research*, 20 (3), 365-383.

Iyengar, S. y Ottati, V. (1994). "Cognitive perspective in political psychology". En R.S. Wyer y T. S. Srull (eds.). *Handbook of social cognition*, pp. 143-187. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Katz, C. y Baldassare, M. (1992). Using the 'L-Word' in Public: A Test of the Spiral of Silence in Conservative Orange County, California. *The Public Opinion Quarterly*, 56 (2), 232-235.

Katz, C. y Baldassare, M. (1994). Popularity in a freefall: Measuring a Spiral of Silence at the end of the Bush Presidency. *International Journal of Public Research*, 6 (1), 1-12.

Kenamer, D. (1990). Self-Serving Biases in Perceiving the Opinions of Others. *Communication Research*, 17 (3), 393-404.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.

León Gross, Teodoro y Gómez Calderón, Bernardo J.(2011). "La tertulia en España: medios públicos, la última frontera de la pluralidad". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 17, núm. 1, págs. 67-80. Madrid, Servicio de Publicaciones de la universidad Complutense.

López, A. (2009). «Sobre referèndum y comunidades autónomas. La ley vasca de la 'consulta' ante el Tribunal Constitucional (consideracions con motivo de la STC 103/2008)». *Revista d'Estudis Autònòmics i Federals [Barcelona]*, núm. 9 (octubre), p. 202-240.

López, J. (2011). *Del dret a l'autodeterminació al dret a decidir. Un possible canvi de paradigma en la reivindicació dels drets de les nacions sense estat*. Barcelona: Centre UNESCO de Catalunya.

López Petit, S. (2009). *La movilización global. Breve tratado para atacar la realidad*. Madrid: Traficantes de sueños.

Manaev, O.; Manayeva, N. y Yuran, D. (2010). 'Spiral of silence' in election campaigns in post-communist society: (A case of Belarus). *International Journal of Market Research*, 52 (3), 319-38.

Martín, S., i Camon, D. (2014). *L'espiral del silenci a anàlisi*. Retrieved from <http://www.media.cat/2014/11/06/informe-l%E2%80%99espiral-del-silenci-a-analisi/>

Matthes, J.; Rios Morrison, K. y Schemer, C. (2010). A spiral of silence for some: attitude certainty and the expression of political minority opinions. *Communication Research*, 37 (6), 774-800.

McDonald, D., Glynn, C., Kim, S. y Ostman, R. (2001). The Spiral of Silence in the 1948 Presidential Election. *Communication Research*, 28 (2), 139-155.

Moscovici, S. (1991). Silent majorities and loud minorities. *Communication Yearbook*, 14, 298-309.

Moscovici, S. (1996). *Psicología de las minorías activas*. Madrid: Morata.

Noelle-Neumann, E. (1973). Return to the concept of powerful mass media. *Studies of broadcasting*, 9, 67-112.

Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24 (2), 43-51.

Noelle-Neumann, E. (1977). Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory. *The Public Opinion Quarterly*, 41 (2), 143-58.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.

Norris, P. (2004). The evolution of election campaigns: eroding political engagement? Paper presentado en *Political Communications in the 21st Century*, St Margaret's College, University of Otago, New Zealand.

O'Donnell, H., i Castelló, E. (2011). Neighbourhood squabbles or claims of right? Narratives of conflict on Spanish and Catalan television. *Narrative Inquiry*, 21(2), 191-212.

Palà, G. (2016). *El procés independentista de Catalunya segons TV3 (2012-2015): cobertura mediàtica i percepció ciutadana*. Treball final de màster. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Perales, C., Thouverez, L. i Filardo, L. (2011). «European Representations of the Basque Country». A: Salaverría, R. (ed.). *Diversity of Journalisms. Proceeding of the ECREA/CICOM Conference*, Pamplona: Universidad de Navarra, p. 270-280.

Pont, C., i Capdevila, A. (ed.) (2014), *Del carrer a les urnes. El dret a decidir en campanya*, Girona, Documenta Universitària.

Prado, E. (2015). The press in Catalonia: between the digital challenge and nation building. *Culture & Society*, 37(1), 134–143.

Roessing, T. (2009). Milestones in Spiral of Silence Research. Paper for the WAPOR Conference on "Public Opinion and Survey Research in a Changing World, Lausanne, Switzerland.

Roessing, T. (2010). Challenges in Spiral of Silence Research. Paper presented at the 63rd Annual Conference of the World Association for Public Opinion Research in Chicago, Illinois, USA, May 11 – 13
Scheufele, D. y Moy, P. (2000). Twenty-five years of the spiral of silence: A conceptual Review and empirical outlook. *International Journal of Public Opinion Research*, 12 (1), 3-28.

Sádaba, M. T. i Rodríguez, Jordi. (2007). La construcción de la agenda de los medios. El debate del Estatut en la prensa española. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, 16, 187-211.

Seymour, M. (2007). «Secession as a Remedial Right». *Inquiry: an interdisciplinary journal of philosophy*, núm. 50, p. 395-423.

Shamir, J. (1995). Information cues and indicators of the climate of opinion: the spiral of silence theory in the Intifada. *Communication Research*, 22 (1), 24-53.

Tokinoya, H. (1996). A Study on the Spiral of Silence Theory in Japan. *Keio Communication Review*, 18, 33-45.

Turner, J. y Sparrow, N. (1995). Messages from the spiral of silence: developing more accurate marketing information in a more uncertain political climate. *International Journal of Market Research*, 37 (4), 1-25.

Vilaregut, R. (2011) Memòria i emergència en l'independentisme català. El cas de la Plataforma pel Dret de Decidir. Tesis doctoral no publicada. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Xambó, R., Perales-García, C., i Xicoy, E. (2014). La confrontació per l'opinió pública. Els editorials dels diaris sobre la Diada de Catalunya de 2012. *Arxius de Ciències Socials*, 1(30), 109–128.

Yun, G. y Park, S. (2011). Selective Posting: Willingness to post a message online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16, 201–227.

ANNEX

A continuació figura com a annex el manual d'estil redactat i lliurat als analistes per tal d'assegurar una direcció unívoca en la seva feina. Aquest manual d'estil inclou totes les categories presents a la graella (que per la seva grandària no pot ser adjuntada en aquest informe) amb una petita explicació per cadascuna d'elles.

MANUAL D'ANÀLISI

Aquest és un petit manual d'ajuda pels analistes de les tertúlies per al projecte sobre el clima d'opinió durant la tardor catalana. A continuació es descriuen els elements a analitzar i un seguit de directrius per unificar els elements de la recerca. Aquest només és un element consultiu, totes les respostes s'han d'anotar a la graella d'anàlisi.

1. IDENTIFICACIÓ DE LA TERTÚLIA

Aquest apartat es destina a identificar cada tertúlia per poder-la tenir sistematitzada en cas de necessitats posteriors.

1.1 **ID de tertúlia:** element identificatiu únic per cada tertúlia. El nom el formarem amb el nom del mitjà, seguit del nom del programa i la data d'emissió. En són alguns exemples: "TV3MATINS11092014", "TV3DIVENDRES10102014" o "CATRADIOORACLE09112014".

1.2 En cada cas, també omplirem els espais destinats a aquesta informació per separat: nom del mitjà, nom del programa i data d'emissió.

2. IDENTIFICACIÓ DELS TERTULIANS

En aquest apartat, incorporarem les dades de tots els tertulians que participen en cada tertúlia. Dins de cada tertúlia que haurem identificat al punt anterior, hi haurà unes 4 o 5 caselles de tertulians, depenent del nombre de participants en cada cas.

2.1 Nom del tertulià

2.2 **Càrrec o justificació per estar present a la tertúlia** (periodista, polític, acadèmic, expert en economia...)

2.3 Vinculació política. Investigar una mica cada nom per saber si està o ha estat vinculat a un partit o moviment polític. També s'hi inclouen les entitats polítiques de la societat civil, com Omnium, ANC, SCC..

3. TEMÀTICA

En aquest apartat s'ha d'omplir amb els principals temes que estructurin la tertúlia del dia, ja siguin referents a la Tardor Catalana o a qualsevol altre temàtica.

4. POSICIONAMENT POLÍTIC DEL TERTULIÀ

S'analitzen alguns ítems per identificar ideològicament la posició del tertulià en les seves intervencions. L'anàlisi es centra en dos aspectes:

- 4.1 Posicionament en relació a la legitimitat del **dret a decidir i la consulta prevista pel 9N**.
Identificar si el tertulià mostra una opinió favorable a la celebració de la consulta, contrària, o bé no adopta un posicionament clar.
- 4.2 Posicionament en relació a la **independència de Catalunya**: Identificar si el tertulià mostra una opinió favorable a la celebració de la consulta, contrària, o bé no adopta un posicionament clar.
- 4.3 Identificar, si és possible, **l'argument o arguments que fa servir el tertulià** per justificar la seva postura. Per exemple: estic a favor d'un referèndum si és acordat amb l'Estat, el problema català només es pot resoldre amb una consulta, la independència només s'aconseguirà si és de manera unilateral...

Possiblement serà un element complicat d'identificar, però ens pot donar pistes sobre les idees i conceptes principals que s'identifiquen en aquest tipus de format.

5. ACTORS REPRESENTATS

En aquest punt, es tracta d'identificar els actors protagonistes del discurs emès durant la tertúlia. En aquest cas, es tracta d'annotar tots aquells personatges o entitats que apareixen mencionats per algun dels tertulians, tot incorporant-hi entre parèntesis el to que li dona el tertulià en cada cas. Per exemple: Mas (negatiu), Tribunal Constitucional (positiu), Carme Forcadell (neutre)...

L'annotació de cadascun d'aquests actors s'ha de fer en la casella corresponent segons les categories que s'indiquen a continuació:

5.1. Actors institucionals

Govern de la Generalitat de Catalunya, Govern d'Espanya, President de la Generalitat, Artur Mas, President del Govern d'Espanya, Mariano Rajoy. Consellers: Vicepresidenta, Joan Ortega; Educació, Irene Rigau; Portaveu: Francesc Homs; Interior, Ramon Espadaler; Presidenta del Parlament: Núria de Gispert...

5.2. Actors polítics

CiU: Josep Antoni Duran i Lleida; Jordi Turull; Josep Rull; ERC: Oriol Junqueras; Marta Rovira; PSC: Miquel Iceta; PP: Alicia Sánchez-Camacho; C's: Albert Rivera; ICV: Joan Herrera, Dolors Camats...

5.3. Actors socials

ANC: Carme Forcadell; Òmnium: Muriel Casals; Societat Civil Catalana: Joaquim Coll; AMI: Josep Maria Vila d'Abadal.

Altres: Sindicats, patronals...

5.4. Actors mediàtics

Diaris, Ràdios, TV. (Com els tertulians citen, si ho fan, els altres mitjans com a referència)

5.5. Actors tècnics o professionals

Politòlegs, sociòlegs, filòsofs, juristes, economistes, comunicadors, historiadors....

5.6. Altres

En el suposat cas que citin actors que no tenim contemplats anirien a aquesta pestanya.

6. ESPIRAL DEL SILENCI

En aquest apartat, cal respondre un seguit de preguntes que s'indiquen a la graella, destinades a avaluar el clima d'opinió de cada tertúlia, i fer-ho amb una resposta de SÍ o NO en cada cas.

Cal respondre totes i cadascuna de les preguntes per cada tertulià i en cada tertúlia. És a dir, si hi ha 5 tertulians en una tertúlia, caldrà respondre 5 cops cada pregunta, i així en cada cas.

6.1. El tertulià declara que altres puguin no expressar en públic la seva pròpia opinió

6.2a. El tertulià és objecte de sancions socials per la resta de tertulians o pel conductor del programa.

6.2b. El tertulià és objecte de premis socials per la resta de tertulians o pel conductor del programa.

6.2c. El tertulià fa referència explícita a les sancions socials a la societat

6.3a. El tertulià confessa no sentir cap tipus d'aïllament social

6.3b. El tertulià confessa sentir algun tipus d'aïllament social

6.3c. El tertulià menciona que altres puguin sentir algun tipus d'aïllament social

6.4a. El públic (missatges sobre impresos a la TV) és hostil al tertulià

6.4b. El públic (missatges sobre impresos a la TV) és amigable al tertulià

6.4c El públic (missatges sobre impresos en TV) és indiferent al tertulià

6.5. El tertulià fa menció explícita a la seva percepció sobre el clima d'opinió del programa

6.6. El tertulià fa menció explícita al doble clima d'opinió

Aclariments per als analistes

1- La distribució de les opinions majoritàries i minoritàries, així com, i principalment, de les seves tendències i possibles fluctuacions futures rep el nom de 'Clima d'opinió'. El terme, encunyat pel filòsof anglès Joseph Ganvill (Ganvill, 1661: 226-227, en Noelle-Neumann, 2005), va ser recuperat per Noelle-Neumann per exaltar una característica doble de l'Opinió pública com alguna cosa que "envolta totalment a l'individu des de l'exterior. L'individu no pot escapar d'ell. Però simultàniament està dins de nosaltres, exercint la major influència sobre la nostra sensació de benestar" (Noelle-Neumann, 1995: 108).

2- El fenomen conegut com a 'doble clima d'opinió' té lloc quan els mitjans de comunicació creen un clima d'opinió respecte a un determinat tema que no es adequa amb la distribució real d'opinions dels individus. Segons Noelle-Neumann, "només es produeix quan el Clima d'opinió entre la gent i el predominant entre els periodistes dels mitjans són diferents" (Noelle-Neumann, 1995: 220).