

**Pere Franch**  
perefranch@gmail.com  
*Universitat Ramon Llull*

**Javier Guallar**  
jguallar@gmail.com  
*Universitat de Barcelona*

**DIARIS I REVISTES: PANORÀMICA EDITORIAL  
I D'AUDIÈNCIES A CATALUNYA (2014-2015)**

**DIARIOS Y REVISTAS: PANORÁMICA EDITORIAL  
Y AUDIENCIAS EN CATALUÑA (2014-2015)**

**NEWSPAPERS AND MAGAZINES: THE CURRENT STATE OF  
PUBLISHERS AND READERS IN CATALONIA (2014-2015)**



## RESUM | RESUMEN | ABSTRACT

---

Es presenta una panoràmica de les publicacions periodístiques catalanes durant el bienni 2014-2015. Es mostren les dades d'audiència i difusió dels principals mitjans d'informació diària i no diària, i es comenten les principals novetats de les capçaleres informatives més importants en el període analitzat. Es mostra també una relació no exhaustiva dels nous mitjans apareguts durant el període, i se'n descriuen les característiques.

---

Se presenta una panoràmica de las publicaciones periodísticas catalanas durante el bienio 2014-15. Se muestran los datos de audiencia y difusión de los principales medios de información diaria y no diaria, y se comentan las principales novedades de las cabeceras informativas más importantes en el período analizado. Se muestra también una relación no exhaustiva de los nuevos medios aparecidos durante el período, describiendo sus características.

---

The paper presents an overview of the Catalan newspapers and magazines during 2014-15. It shows audience and dissemination data of the mean media of daily and non-daily information, and the major developments of the most important informational headers are discussed in the period analyzed. A non-exhaustive list of the new media created during the period is also shown, describing their characteristics.

---

### PARAULES CLAU

Premsa catalana; Premsa escrita, Diaris, Diaris electrònics, Periodisme, Nous mitjans

### PALABRAS CLAVE

Premsa catalana, Premsa escrita, Diarios, Periódicos electrónicos, Periodismo, Nuevos medios

### KEYWORDS

Catalan Press, Press, Digital newspapers, Journalism, New media

REBUT 2-8-2016 / ACCEPTAT 19-8-2016

## 1 INTRODUCCIÓ

El bienni 2014-2015 presenta poques novetats respecte a l'anterior pel que fa al panorama que va viure la lectura de la premsa escrita i els mitjans informatius digitals a Catalunya: es va mantenir la tendència ja apuntada en el període 2012-2013 (Franch; Guallar, 2014, p. 37), caracteritzada per una davallada constant de les vendes i de lectors dels mitjans impresos i un augment, en canvi, del consum en general dels continguts en format digital. La situació la descriu bé Corbella en *l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*: «els editors tradicionals en paper segueixen desorientats (...) ja que les vendes d'exemplars no deixen de baixar any rere any, els ingressos per publicitat no es recuperen i ningú no espera que ho facin i, al mateix temps el negoci digital, tot i créixer, no genera recursos suficients per equilibrar els comptes» (Corbella, 2015, p. 118).

En aquests dos anys estudiats, doncs, la premsa de paper ha continuat perdent presència en la societat catalana i en canvi la premsa digital l'ha augmentada, amb la peculiaritat que «l'accés als continguts es fa de manera creixent des de les xarxes socials, en detriment dels portals web dels editors, i molt significativament des de dispositius mòbils» (Corbella, 2015, p. 118). La importància del consum d'informació digital —també la periodística— via xarxes socials no para de créixer any rere any (Masip *et al.*, 2015), fet que corrobora la transformació que està sofrint no només la indústria sinó també la professió periodística, cada cop més lluny del paradigma de la il·lustració i més a prop del de la postmodernitat (Sáez, 2015, p. 19-52). Aquests canvis proporcionen als individus, de manera anònima o camuflada i sense que s'exigeixi cap mena de responsabilitat, l'oportunitat —abans reservada als mitjans— de comunicar, via xarxes socials i amb els propis codis, la visió personal de la realitat del nostre entorn a una comunitat potencialment immensa. Això va portar a parlar ja fa temps d'*autocomunicació de masses*, ja que en aquest nou paradigma, «el contingut està autogenerat, l'emissió autodirigida i la recepció autoseleccionada per aquells que es comuniquen» (Castells, 2009, p. 108).

Alhora, altres fenòmens apareixen en aquest panorama, alguns de molt incipients, d'altres en vies de consolidació, i demostren que el periodisme, especialment el digital, està viu i ben actiu. Entre aquests moviments, n'esmentarem només dos. El primer és el de l'anomenat *slow journalism*, que podríem traduir com a periodisme tranquil o periodisme reposat, que aposta per tractar temes d'investigació amb gran profunditat i presentar-los, en paper o en format digital, en textos llargs i detallats (Rosique-Cedillo; Barranquero-Carretero, 2015). La publicació ja veterana d'abast estatal *Jot down* ha estat un bon referent per als nous projectes que han nascut en el període estudiat en aquesta mateixa línia, també a Catalunya, com veurem més endavant. El segon fenomen que cal esmentar és el molt celebrat com un dels possibles revulsius de futur per a la professió, de l'anomenat *periodisme de dades*. Forma part del corrent més ampli de l'*open data*, i aquí les dades són la matèria primera i les protagonistes dels productes periodístics oferts a l'audiència, ja sigui en forma de gràfics (sovint interactius), d'articles redactats a partir de dades o de publicació de les dades en brut perquè les consultin els ciutadans (Peiró; Guallar, 2014).

## 2 DIARIS I REVISTES

En l'àmbit corporatiu, el 17 de juny de 2014 es va constituir la Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans Digitals en català, en la qual s'integren l'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC), l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC) i l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal i Local (ACPC). L'objectiu d'aquella unificació era potenciar la col·laboració entre els empresaris del sector i generar sinergies entre les diferents associacions d'editors de Catalunya. Un dels primers fruits d'aquella agrupació es va fer públic al cap d'un any, el 30 de juny de 2015, quan es va

**La importància del consum d'informació digital —també la periodística— via xarxes socials no para de créixer any rere any**

**Apareixen dos nous fenòmens, el periodisme tranquil o periodisme reposat i el periodisme de dades**

**El 2014 es va constituir la Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans Digitals en català**



OBSERVATORI  
DE BIBLIOTEQUES,  
LLIBRES I LECTURA

presentar el primer *Llibre blanc de premsa, revistes i mitjans digitals editats en català*. Segons aquest informe, la Federació d'Editors aplega 577 publicacions, de les quals 268 són digitals i 309 en format paper (Federació..., 2015). Segons dades d'aquest document, tretes, entre d'altres, d'Introl-OJD, OJD Interactiva, EGM i Arce Media, el 2014 la difusió de les publicacions gratuïtes de la Federació va ser de 27.129.437 exemplars, i la dels mitjans impresos de pagament de 13.464.061. Pel que fa a audiència, totes les publicacions federades en format paper van tenir un total de 1.463.000 lectors diaris. En l'àmbit digital, de les 268 publicacions federades, més del 50 % tenen mesura d'audiència, les quals van obtenir en total 5,4 milions d'usuaris únics mensuals.

Entrant més al detall, pel que fa a les xifres de difusió i audiència es constata una constant disminució de l'acceptació dels productes distribuïts en paper imprès. Es pot corroborar el descens de la difusió a la **taula 1** al final d'aquest article, que reflecteix la mitjana d'exemplars venuts, amb dades globals de tot Espanya dels diaris i revistes presents a Catalunya. És destacable que es redueix en totes les publicacions diàries en paper auditades per l'OJD. Comparant les dades de 2015 amb les de 2012, a un extrem hi ha l'*Ara*, que perd menys del 6 % de difusió respecte al juny de 2013 i a l'altre hi ha el gratuït *20 minutos*, que distribueix gairebé la meitat menys (el 48,3 %).

De totes maneres, és més acurada una observació per sectors. En la premsa generalista, tant la que es fa a Barcelona com a Madrid, els que més vendes perden són els grans diaris: *El Mundo*, *l'ABC*, *El País* i *La Vanguardia*, per aquest ordre. Entre els principals comarcals catalans destaquen les pèrdues del *Diari de Terrassa* i, sobretot, *La Mañana* de Lleida. A les terres de Ponent el dilluns 17 de febrer de 2014 va aparèixer per primer cop als quioscos *El matí independent de Lleida*, un diari de pagament impulsat per l'exdirector de *La Mañana* Ramon Pedrós, una iniciativa que va durar quatre mesos ja que el juliol del mateix any tancar.

En l'àmbit de les revistes, totes perden difusió menys *Lecturas*, que augmenta prop d'un 20 % des de 2012. És destacable el cas de *Diez Minutos*, que ven més d'una quarta part menys que fa quatre anys. En l'àmbit de les revistes especialitzades en català, *Sàpiens* és la de més difusió de les auditades per l'OJD, però perd exemplars respecte al 2013. Hi veiem l'excepció de la infantil *El Tatano*, que és l'única que augmenta vendes respecte a fa tres anys.

Pel que fa a l'audiència, les dades també reflecteixen la tendència ja assenyalada d'una davallada permanent del nombre de lectors. La **taula 2** presenta dades globals de tot l'Estat espanyol, i permet constatar que només un diari, novament l'*Ara*, ha augmentat el nombre de lectors entre la primavera de 2014 i la tardor de 2015. Aquest diari ha passat d'una mitjana de 107.000 lectors diaris a 120.000, xifra que significa un augment del 12 %. Tota la resta, tant de l'àmbit de la informació general com esportiva, perden lectors. Els que més són *El País* i *El Mundo*, que en perden respectivament gairebé el 18 % i el 16,3 %. Si ens fixem només en els editats a Catalunya, *El Periódico* és el que pateix una davallada més forta, del 14,4 %. Els diaris esportius continuen sent dels més llegits, amb els editats a Madrid *Marca* i *As* al capdavant, seguits dels de Barcelona *El Mundo Deportivo* i *l'Sport*, en aquest ordre pel que fa al nombre de lectors.

En canvi, les **taules 3 i 4** presenten dades de lectors referides només a Catalunya, basades en la tercera onada (febrer-novembre) de l'EGM dels anys 2014 i 2015. En els diaris, s'hi observa com la penetració dels generalistes espanyols pateix una forta davallada: *El País* perd més d'un 20 % de lectors a Catalunya i *El Mundo* més del 17 %, xifres semblants, de fet, a les seves pèrdues generals a tot l'Estat. L'*ABC* no apareix a cap onada i *La Razón* només a la de 2014. Observant les dades, també són destacables les pèrdues de lectors d'*El Punt Avui* i del *Segre*, tot i que veurem més endavant que en l'àmbit digital aquests diaris (com tots) continuen augmentant el nombre de visitants.

**Aquesta federació va presentar, el 2015, el primer Llibre blanc de premsa, revistes i mitjans digitals editats en català**

**Es constata una disminució constant de l'acceptació dels productes distribuïts en paper imprès**

**Els diaris esportius continuen sent dels més llegits**



OBSERVATORI  
DE BIBLIOTEQUES,  
LLIBRES I LECTURA

En l'anomenada premsa de proximitat en català (vegeu la **taula 4**) els resultats són diferents. No s'hi distingeixen publicacions de pagament i gratuïtes, però s'hi pot observar com no a totes els va tan malament. Són majoria les que augmenten el nombre de lectors, amb casos destacables com el setmanari *La Comarca d'Olot* (dobra els lectors) o *Contrapunt* i la publicació mensual *Viu l'Hospitalet*. Ara bé, si comparem aquestes dades amb les de la **taula 5**, que presenta dades de difusió, no d'audiència, en alguns casos s'observa que pot augmentar el nombre de lectors però no el de vendes o al revés. Així, *El 9 Nou* o *La Comarca d'Olot* augmenten lectors però perden difusió, mentre que *El 3 de Vuit*, per exemple, té més difusió però menys lectors. Cal destacar en aquest capítol el gratuït *Més Tarragona Reus Costa Daurada* que, tot i ser d'àmbit territorial, té més de 51.000 lectors segons l'EGM i es va col·locar el 2015 en el 13è diari comarcal més llegit a tot Catalunya, superat només pel *Diari de Tarragona* i el *Segre*.

Cal afegir tres apunts referits al sector dels diaris: en aquest període estudiat es va produir un canvi en la direcció del diari *Ara*: el 28 de novembre de 2015 Carles Capdevila va deixar el càrrec i el 4 de desembre d'aquell any el consell d'administració i el consell editorial van aprovar que Esther Vera en fos la nova directora a partir del 4 de gener del 2016. En l'àmbit de les publicacions gratuïtes, cal esmentar que el diari *Bondia Lleida* va passar de publicar-se cinc vegades per setmana a dues el febrer de 2013 però el 2014 va desaparèixer. I un altre apunt destacable és que el *20 minutos* va estar a punt del tancament però al final el grup Heraldo, editor de l'*Heraldo de Aragón*, el va comprar al grup suec Schibsted Media el juny del 2015 (*El Economista*, 2015).

### 3 PUBLICACIONS DIGITALS

El *Llibre blanc de premsa, revistes i mitjans digitals editats en català* constata un fenomen rellevant en el panorama de la premsa digital: el consum es vehicula cada cop més a través de les xarxes socials. De les 268 publicacions digitals de la Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans Digitals en català, el 86 % interactua amb els seus lectors a través de les xarxes socials; d'aquestes, totes ho fan a través de Facebook, el 83 % via Twitter i el 12 % via LinkedIn. Per altra banda, es va imposant progressivament l'ús d'aplicacions per a mòbil i tauleta: el 18 % dels mitjans digitals tenen pàgina web, aplicació per a mòbil i tauleta; el 25 % pàgina web i aplicació per a mòbil i el 57 % només pàgina web.

Pel que fa al nombre d'usuaris, totes les publicacions digitals auditades per OJD Interactiva van veure augmentar les seves xifres. A la **taula 6** i al **gràfic 1** es pot observar com el diari que més ha crescut és *Nació Digital*, que el juliol de 2015 va assolir prop de 2,5 milions d'usuaris únics. S'han triat els mesos de febrer, juliol i desembre per fer la comparativa i observar l'evolució dels mitjans; ara bé, cal dir que *Nació Digital* va aconseguir 3.052.327 usuaris únics el mes de setembre de 2015. L'*Ara* es manté com a segon diari més visitat a la xarxa, davant de *Vilaweb* i *El Punt Avui*, que mantenen gairebé sempre la tercera i la quarta posició (*Nació Digital* i *Ara* es disputen la primera i la segona). És destacable que l'*Ara* també el setembre de 2015 va assolir el seu rècord d'audiència, el pic dels 2.728.768 usuaris únics. També *Vilaweb* i *El Punt Avui* van obtenir la xifra màxima d'usuaris únics el setembre de 2015 (2.335.319 i 1.207.311). El fet que el 27 d'aquell mes hi haguessin convocades a Catalunya les eleccions autonòmiques avançades (amb caràcter plebiscitari per a alguns i ordinari per a d'altres) va contribuir sens dubte a aquell elevat consum d'informació en aquests quatre mitjans.

D'aquest període són destacables altres aspectes a considerar: *El Periódico* està auditat per OJD Interactiva des de maig de 2014, primer mes des del qual aquesta empresa n'ofereix dades, mentre que l'altre gran diari de Catalunya, *La Vanguardia*, no està auditat per aquest organisme.

*En la premsa de proximitat s'observa que en alguns casos pot augmentar el nombre de lectors però no el de vendes o al revés*

*En el panorama de la premsa digital, el consum es vehicula cada cop més a través de les xarxes socials*

*El diari que més ha crescut és Nació Digital, que el juliol de 2015 va assolir prop de 2,5 milions d'usuaris únics*



OBSERVATORI  
DE BIBLIOTEQUES,  
LLIBRES I LECTURA

És destacable el fenomen d'*El Món*, relacionat amb una sèrie de canvis orgànics al capdavant dels diaris digitals catalans: el 7 d'abril de 2015 s'informava (Gutiérrez, 2015) que Lluís Bou deixava la direcció d'*El Singular* i que seria substituït per Salvador Cot, procedent de *Nació Digital*, que alhora seria substituït per Karma Peiró, a partir de setembre de 2015, al capdavant del que ha esdevingut el primer mitjà digital català. Amb Cot a la direcció, *El Singular* es va transformar en *El Món* (*elmon.cat*) a partir del 10 de setembre de 2015, després d'ampliar la plantilla i canviar el disseny. Relacionat amb això, cal destacar el cas del diari *DelCamp.cat*, que acabaria el 5 de març de 2016 vinculat al grup *El Món*: és el mitjà que més ha augmentat el nombre d'usuaris, ja que ha passat de prop de 38.000 el desembre del 2012 a gairebé 430.000 el desembre de 2015. Aquestes xifres signifiquen un augment de més del 1.000 %.

També és destacable que *e-notícies* sigui l'únic mitjà que no només no augmenta sinó que perd usuaris: des que hi ha dades d'audiència (març de 2012), aquest diari s'ha mogut en una forquilla que va dels 150.000 als 250.000 usuaris únics, si bé els últims mesos de desembre de 2015 estava en la banda baixa d'aquest rang.

Finalment, hem d'esmentar que una de les capçaleres més significatives de la premsa espanyola com és *El País*, amb redacció a Catalunya des dels inicis, treia una edició en català el setembre de 2014. La iniciativa es pot emmarcar dins de la nova estratègia global del diari (el subtítol de la publicació és ara «El periódico global»), i havia estat precedida un any abans per l'obertura d'edicions en castellà per a l'Amèrica Llatina i en portuguès per al Brasil.

#### 4 MITJANS NASCUTS EN EL PERÍODE 2014-2015

Com ja vam fer a l'article en què estudiàvem el període 2012-2013 (Franch; Guallar, 2014), es complementa la panoràmica anterior sobre la situació de la premsa amb més impacte i visibilitat entre la població catalana, entenen per tal aquella que apareix en els primers llocs dels rànquings d'audiència i de difusió tant en versió impresa com digital, amb la relació dels nous mitjans apareguts durant els anys 2014 i 2015.

En aquest període ha destacat clarament l'aparició de dues publicacions pel seu impacte i notorietat dins de l'ecosistema periodístic català, com són *Crític* i *El Nacional*. Per tenir una visió més completa de les noves publicacions sorgides en aquests dos anys, s'ha consultat també el recull de nous mitjans apareguts des de 2008 a Espanya que fa l'Asociación de la Prensa de Madrid (APM) i que publica a l'*Informe anual de la profesión periodística* (Palacios, 2015) així com al seu web (APM, 2015). La consulta ha permès identificar quatre publicacions més, que es comenten a continuació.

***Crític***. S'autodefineix com un «mitjà de comunicació especialitzat en periodisme d'investigació». Aquesta publicació s'emmarcaria dins de la tendència comentada abans de l'anomenat *slow journalism*, ja que es basa en l'elaboració de reportatges en profunditat. Ells mateixos ho reivindiquen així: «Apostem pel periodisme reposat o *slow journalism*: menjar poc i pair bé. Volem defugir el *fast food* informatiu i el "periodisme de tuits"». El plantejament és clar: pocs reportatges, sempre extensos i amb voluntat d'investigació. Juntament amb els reportatges, les entrevistes en profunditat, l'opinió i els articles amb dades (un altre cop, una de les altres tendències emergents) constitueixen els formats més habituals. Temàticament la política és el nucli dur de la majoria dels articles, però sense excloure altres temes, i sempre buscant un punt de vista crític i gens autocomplaent amb l'actualitat política, social i econòmica de Catalunya (d'aquí el nom de la capçalera). Organitzat com a cooperativa, comandat per un grup de joves periodistes (Roger Palà, Sergi Picazo, Joan Vila i Marc Font) i amb les subscripcions com a model de negoci, *Crític* és una de les capçaleres amb més projecció en l'actual periodisme català.

**El Singular es va transformar en El Món a partir del 10 de setembre de 2015, amb Salvador Cot a la direcció**

**El País, amb redacció a Catalunya des dels inicis, treia una edició digital en català el setembre de 2014**

**En aquest període ha destacat clarament l'aparició de dues publicacions pel seu impacte i notorietat dins de l'ecosistema periodístic català, com són Crític i El Nacional**



OBSERVATORI  
DE BIBLIOTEQUES,  
LLIBRES I LECTURA

[Eargasm web](#). Publicació digital sobre actualitat musical, centrada bàsicament en concerts i entrevistes, i molt orientada a la presència a les xarxes socials, com ara Facebook.

[El diari de l'educació](#); [El diari del treball](#). Es tracta de dos mitjans nous posats en marxa per la Fundació Periodisme Plural, dirigits respectivament per João França i Pau Rodríguez i per Tomeu Ferrer, que són clars exemples de mitjans microespecialitzats en àrees concretes molt delimitades (educació, treball).

[El Nacional](#). Diari digital d'informació general, aparegut el setembre de 2015 i publicat primer en format blog, per aparèixer després amb totes les seves funcionalitats com a diari ja el 2016. És el nou projecte de l'exdirector de *La Vanguardia* José Antich i és inevitable establir comparacions o similituds entre aquest mitjà i altres projectes digitals fundats per exdirectors de grans capçaleres de la premsa en paper després de plegar de les seves responsabilitats anteriors, com és el cas a nivell estatal de Pedro J. Ramírez i el seu nou diari digital *El Español*. Els dos casos, a més, tenen encara una altra similitud i és la d'aparèixer primer en format blog i al cap d'uns mesos com a diari, una tendència que ha estat anomenada com de *mitjans* teaser (Noguera-Vivo, 2016). Molt centrat en l'actualitat política catalana des de la perspectiva sobiranista, el blog d'*El Nacional* va tenir una intensa activitat, amb un alt nivell de publicació, de presència a les xarxes socials i d'interactivitat amb els lectors en els darrers mesos de 2015, coincidint amb una època informativament molt densa en la política catalana, i preparant el terreny a l'aparició com a diari en els primers mesos del 2016. Amb la força amb la qual ha arrencat, pot ser una publicació significativa dins del panorama mediàtic català.

[Memomaq](#). Publicació especialitzada en fotografia i publicada en anglès, és un altre exemple de mitjà microespecialitzat, en aquest cas amb un plantejament d'audiència global.

En resum, l'aparició dels nous mitjans esmentats, tots ells amb característiques pròpies i diferenciades i dos d'ells amb una presència destacada en el panorama mediàtic català, mostren la vitalitat permanent de les activitats periodístiques, fins i tot en temps — aparentment — tan difícils per al negoci de la premsa i per a la professió periodística com els actuals.

***Aparèixer primer en format blog i al cap d'uns mesos com a diari, una tendència que ha estat anomenada com de mitjans teaser***

***L'aparició dels nous mitjans mostra la vitalitat permanent de les activitats periodístiques, fins i tot en temps — aparentment — tan difícils per al negoci de la premsa i per a la professió periodística***



## 5 TAULES

Taula 1. Difusió dels principals diaris i revistes impresos presents a Catalunya de 2012 a 2015

	Gen.-des. 2012	Jul. 2012 - juny 2013	Gen.-des. 2013	Gen.-des. 2014	Jul. 2014 - juny 2015	Gen.-des. 2015	Variació 2012- 2015	%
<b>Diaris catalans d'informació general</b>								
<i>La Vanguardia</i>	172.263	164.784	152.320	140.176	135.824	129.073	-43.190	-25,07
<i>El Periódico</i>	107.512	104.639	101.053	92.163	89.817	87.706	-19.806	-18,42
<i>El Punt Avui</i>	26.513	25.168	24.201	24.046	23.659	23.306	-3.207	-12,09
<i>Ara</i>		15.071	15.787	15.006	14.416	14.184	-887	-5,88
<b>Diaris estatals amb presència a Catalunya</b>								
<i>El País</i>	324.814	304.241	292.227	259.775	238.560	221.390	-103.424	-31,84
<i>El Mundo</i>	206.007	187.517	172.427	149.684	139.549	126.369	-79.638	-38,65
<i>ABC</i>	171.969	153.645	140.049	128.660	117.256	107.801	-64.168	-37,31
<i>La Razón</i>	90.902	88.217	85.135	81.449	81.027	80.108	-10.794	-11,87
<b>Diaris catalans comarcals</b>								
<i>Segre</i>	10.649	10.360	10.102	9.708	9.554	9.395	-1.254	-11,77
<i>Diari de Tarragona</i>	10.288	9.972	9.823	9.388	9.194	8.922	-1.366	-13,27
<i>Regió 7</i>	6.391	6.162	5.988	5.800	5.756	5.686	-705	-11,03
<i>Diari de Girona</i>	6.181	6.031	5.802	5.570	5.578	5.523	-658	-10,64
<i>Diari de Terrassa</i>	3.893	3.577	3.338	3.040	2.901	2.779	-1.114	-28,61
<i>La Mañana</i>	3.425	3.066	2.823	2.142	2.126	2.093	-1.332	-38,89
<b>Diaris esportius catalans</b>								
<i>Mundo Deportivo</i>	81.420	75.075	71.219	63.806	60.822	58.161	-23.259	-28,56
<i>Sport</i>	76.638	69.190	65.163	57.975	56.652	54.751	-21.887	-28,55
<b>Diaris esportius estatals amb presència a Catalunya</b>								
<i>Marca</i>	214.523	196.288	181.416	171.854	159.516	149.459	-65.064	-30,32
<i>As</i>	180.014	166.571	158.164	149.004	140.073	133.503	-46.511	-25,83
<b>Diaris econòmics</b>								
<i>Expansión</i>	33.878	32.013	30.464	28.999	27.987	26.372	-7.506	-22,15
<i>Cinco días</i>	31.120	30.678	28.908	26.655	25.112	23.266	-7.854	-25,23
<i>El economista</i>	20.326	18.603	17.130	15.917	15.137	15.127	-5.199	-25,57
<b>Diaris gratuïts</b>								
<i>20 minutos*</i>	605.241	472.493	392.737	315.584	297.800	313.050	-292.191	-48,27
<b>Revistes</b>								
<i>Pronto</i>	904.149	888.665	876.925	850.547	827.967	815.577	-88.572	-9,8
<i>Hola</i>	417.248	400.939	399.007	386.219	373.143	379.084	-38.164	-9,1
<i>Lecturas</i>	181.117	187.759	186.172	194.909	207.306	216.161	35.044	19,3
<i>Saber Vivir</i>	235.375	247.265	275.039	262.298	217.381	200.006	-35.369	-15,0
<i>Diez Minutos</i>	260.611	247.893	237.280	213.065	203.182	194.071	-66.540	-25,5
<i>Semana</i>	148.587	147.924	149.040	140.532	139.463	142.436	-6.151	-4,1
<b>Revistes especialitzades en català</b>								
						<b>Var. 2013- 2015</b>		
<i>Sàpiens</i>			15.286	15.247		14.853	-433	-2,8
<i>Cavall Fort</i>			11.811	11.734		11.602	-209	-1,8
<i>Cuina</i>				11.211		10.235	-976	-8,7
<i>Descobrir Catalunya</i>			10.416	10.281		10.207	-209	-2
<i>El Tatano</i>			5.947	6.147		6.291	344	5,8
<i>Catalunya Cristiana</i>			5.270	5.000		4.701	-569	-10,8

\* En premsa gratuïta, l'OJD informa de «mitjana d'exemplars distribuïbles», PGD.

Dades ordenades segons la difusió de gener-desembre 2015.

Font: elaboració pròpia amb dades d'Intròl/OJD.



Taula 2. Audiència global dels principals diaris presents a Catalunya segons dades de 2014 i 2015, en milers de lectors

	2014 (onades)			2015 (onades)			Variació 2014- 2015	%
	1a	2a	3a	1a	2a	3a		
<b>Diaris catalans d'informació general</b>								
<i>La Vanguardia</i>	692	690	677	718	683	657	-35	-5,1
<i>El Periódico</i>	599	566	540	545	501	513	-86	-14,4
<i>El Punt Avui</i>	148	151	151	143	133	131	-17	-11,5
<i>Ara</i>	107	135	132	141	127	120	13	12,1
<b>Diaris estatals amb presència a Catalunya</b>								
<i>El País</i>	1.770	1.685	1.612	1.533	1.504	1.453	-317	-17,9
<i>El Mundo</i>	1.077	1.032	1.006	960	925	901	-176	-16,3
<i>ABC</i>	536	517	498	495	494	497	-39	-7,3
<i>La Razón</i>	271	271	270	256	242	236	-35	-12,9
<b>Premsa esportiva</b>								
<i>Marca</i>	2.699	2.601	2.504	2.398	2.344	2.337	-362	-13,4
<i>As</i>	1.344	1.343	1.328	1.255	1.239	1.197	-147	-10,9
<i>El Mundo Deportivo</i>	617	603	585	559	553	538	-79	-12,8
<i>Sport</i>	583	554	528	498	469	469	-114	-19,6

Dades ordenades segons l'audiència de la tercera onada de 2015.

Font: elaboració pròpia amb dades globals de l'EGM/AIMC referides a tot l'Estat espanyol.

Taula 3. Audiència dels principals diaris llegits a Catalunya, en milers de lectors.  
Anys 2014-2015

	2014	2015	Variació	%
<b>Diaris</b>				
<i>La Vanguardia</i>	654	637	-17	-2,6
<i>El Periódico</i>	485	466	-19	-3,9
<i>El Mundo Deportivo</i>	345	335	-10	-2,9
<i>Sport</i>	272	248	-24	-8,8
<i>20 minutos (G)</i>	207	220	13	6,3
<i>Marca</i>	167	177	10	6,0
<i>El Punt Avui</i>	151	131	-20	-13,2
<i>El País</i>	148	118	-30	-20,3
<i>Ara</i>	118	116	-2	-1,7
<i>As</i>	95	96	1	1,1
<i>Diari de Tarragona</i>	76	91	15	19,7
<i>Segre</i>	102	84	-18	-17,6
<i>Diari Més (G)</i>	48	51	3	6,3
<i>Diari de Girona</i>	41	38	-3	-7,3
<i>El Mundo</i>	46	38	-8	-17,4
<i>Regió 7</i>	30	36	6	20,0
<i>Expansión</i>	25	21	-4	-16,0
<i>La Razón</i>	18	-		

Dades ordenades segons l'audiència de 2015.

Font: elaboració pròpia amb dades de la 3a onada de l'EGM (de febrer a novembre), referides exclusivament a Catalunya.

Taula 4. Audiència de les principals publicacions locals i comarcals de Catalunya, en milers de lectors. Anys 2014-15

	2014	2015	Variació	%
<b>Publicacions setmanals</b>				
<i>El 9 Nou*</i>	85	92	7	8,2
<i>El Tot Mataró i Maresme</i>	56	63	7	12,5
<i>La Fura</i>	74	54	-20	-27,0
<i>Capgròs Mataró Maresme</i>	56	51	-5	-8,9
<i>Més Ebre</i>	48	48	0	0,0
<i>Tot Sant Cugat</i>	43	45	2	4,7
<i>El Cargol Mag. Penedès</i>	43	43	0	0,0
<i>Reclam Osona Ripollès</i>	39	42	3	7,7
<i>Diari de Vilanova</i>	33	29	-4	-12,1
<i>Més Osona</i>	25	27	2	8,0
<i>La Veu de l'Ebre</i>	22	24	2	9,1
<i>L'Enllaç dels Anoïens</i>	21	23	2	9,5
<i>La Comarca d'Olot</i>	11	23	12	109,1
<i>Contrapunt</i>	13	21	8	61,5
<i>Diari de Rubí</i>	15	21	6	40,0
<i>El 3 de Vuit</i>	23	20	-3	-13,0
<i>Tot Cerdanyola</i>	22	20	-2	-9,1
<i>Notícies TGN</i>	23	20	-3	-13,0
<i>Mollet a Mà</i>	16	18	2	12,5
<i>Setmanari de l'Alt Emp.</i>	14	18	4	28,6
<b>Publicacions quinzenals</b>				
<i>La Clau</i>	48	35	-13	-27,1
<i>La Vila</i>	13	14	1	7,7
<b>Publicacions mensuals</b>				
<i>La Bústia Baix Llobregat Nord</i>	41	38	-3	-7,3
<i>Viu l'Hospitalet</i>	17	27	10	58,8
<i>La Borrufa</i>	20	23	3	15,0
<i>Cop d'Ull</i>	23	22	-1	-4,3
<i>Pànxing Maresme</i>	20	22	2	10,0

\* Edicions d'Osona/Ripollès i Vallès Oriental juntes.

Dades ordenades segons l'audiència de 2015.

Font: elaboració pròpia amb dades de la 3a onada de l'EGM (de febrer a novembre), referides exclusivament a Catalunya.

Taula 5. Difusió de les principals publicacions locals i comarcals, i publicacions gratuïtes impreses en català auditades per l'OJD

	gen.-des. 2014	gen.-des. 2015	Variació 2013-2015	%
<b>Setmanaris locals i comarcals</b>				
<i>El 9 Nou*</i>	12.776	12.590	-186	-1,5
<i>Setmanari de l'Alt Empordà</i>	4.142	4.145	3	0,1
<i>El 3 de Vuit</i>	2.647	2.697	50	1,9
<i>La Comarca d'Olot</i>	2.291	2.190	-101	-4,4
<i>La Veu de l'Anoia</i>	2.306	2.169	-137	-5,9
<i>Hora Nova</i>	1.852	1.732	-120	-6,5
<i>L'Eco de Sitges</i>	1.590	1.552	-38	-2,4
<b>Publicacions gratuïtes</b>				
<i>Més Tarragona Reus Costa Daurada (diari)</i>	24.272	24.500	228	0,9
<b>Setmanaris</b>				
<i>Capgròs</i>	27.400	27.479	79	0,3
<i>El Tot Mataró i Maresme</i>	27.057	27.056	-1	0
<i>La Fura</i>	25.270	25.158	-112	-0,4
<i>Notícies TGN</i>	24.950	24.975	25	0,1
<i>Més Osona</i>	22.055	24.402	2.347	10,6
<i>Tot Sant Cugat</i>	22.533	22.538	5	0,0
<i>Diari Més Ebre</i>	10.657	13.678	3.021	28,3

\* Edicions d'Osona/Ripollès i Vallès Oriental juntes.

Dades ordenades segons la difusió de 2015.

Font: elaboració pròpia amb dades d'Introl/OJD.

Taula 6. Evolució de l'audiència dels principals diaris digitals catalans (2012-2015)\*

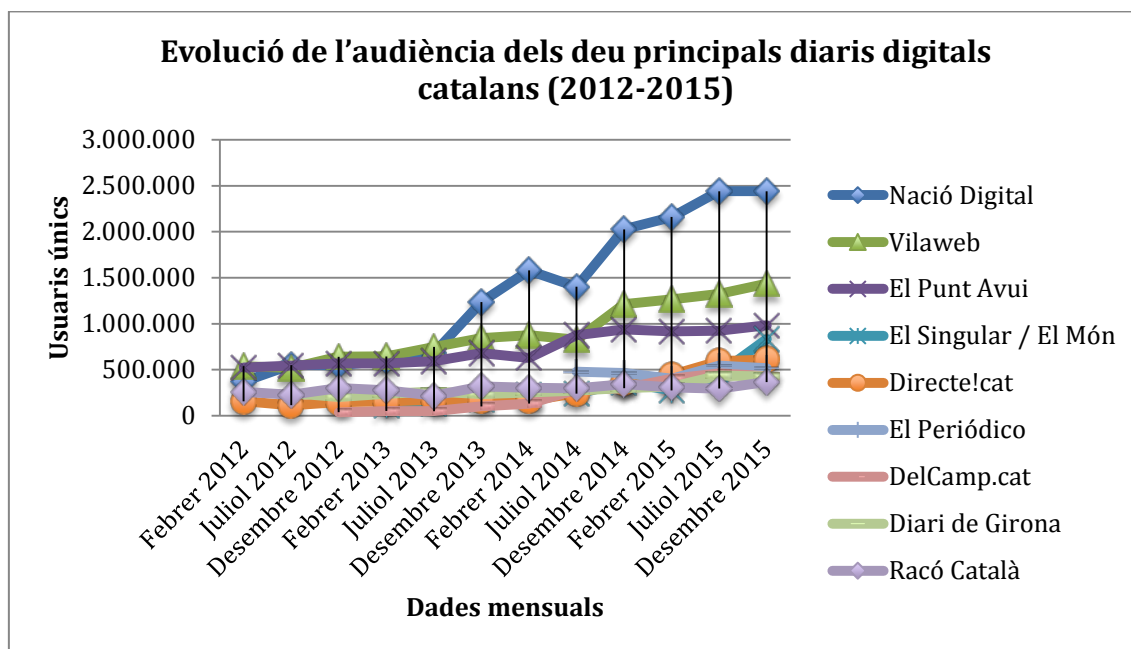
	2012			2013			2014			2015			2012-15	Variació absoluta	%
	Febr.	Jul.	Des.	Febr.	Jul.	Des.	Febr.	Jul.	Des.	Febr.	Jul.	Des.			
<i>Nació Digital</i>	372.136	550.745	546.824	601.567	680.121	1.236.496	1.579.244	1.401.398	2.026.007	2.159.709	2.441.175	2.440.826	2.068.690	555,8	
<i>Ara</i>	1.067.383	1.206.240	1.371.586	1.240.976	1.179.365	1.578.534	1.928.425	1.743.463	1.901.974	1.865.332	2.055.949	2.028.124	960.741	90	
<i>Vilaweb</i>	537.613	519.989	641.154	644.090	747.061	844.437	875.756	827.216	1.214.429	1.266.564	1.323.513	1.436.260	898.647	167,1	
<i>El Punt Avui</i>	522.512	545.321	568.002	569.914	593.197	680.980	626.637	874.571	937.596	916.394	923.735	984.867	462.355	88,4	
<i>El Singular / El Món**</i>				111.940	128.739	172.853	230.839	238.329	359.655	275.096	456.114	833.524	721.584	644,6	
<i>Directe!cat</i>	157.612	113.040	148.084	154.439	172.704	164.330	161.723	244.966	360.634	444.070	593.177	609.617	452.005	286,7	
<i>El Periódico</i>								478.010	465.215	401.699	544.619	517.361	39.351	8,2	
<i>DelCamp.cat</i>			37.888	51.037	49.562	101.131	131.988	282.975	298.611	402.314	461.631	429.477	391.589	1033,5	
<i>Diari de Girona</i>		244.473	203.146	237.900	262.251	233.183	251.115	274.597	299.903	314.607	435.432	427.195	182.722	74,7	
<i>Racó Català</i>	260.780	229.259	299.304	275.781	219.008	318.155	305.068	297.291	341.895	306.756	295.074	365.732	104.952	40,2	
<i>Time Out</i>						164.588	183.488	235.747	346.993	307.290	370.754	306.929	142.341	86,4	
<i>Regió 7</i>		133.668	165.648	129.897	150.969	144.032	136.364	143.647	186.672	169.053	226.422	216.837	83.169	62,2	
<i>e-notícies</i>		168.243	194.422	194.636	238.382	195.519	234.512	189.977	173.625	163.956	181.000	164.189	-4.054	-2,4	
<i>Segre.com</i>					81.016	82.315	85.210	90.969	101.302	149.863	128.015	82.468	1.452	1,7	
<i>Critic</i>										54.239	72.371	78.246	24.007	44,2	
<i>El 9 Nou</i>			55.343	68.666	61.424	66.467	72.154	67.718	66.000	85.606	75.068	62.685	7.342	13,2	
<i>Tot Sant Cugat</i>				30.958	29.793	34.276	48.183	49.831	55.579	96.544	82.226	61.354	30.396	98,1	

\* Ordenats segons el nombre d'usuaris únics mensuals a desembre de 2015.

\*\* El Singular Digital va passar a dir-se El Món el 10 de setembre de 2015.

Font: elaboració pròpia amb dades d'OJD/Interactiva.

Gràfic 1. Evolució de l'audiència dels deu principals diaris digitals catalans (2012-2015)



## 6 BIBLIOGRAFIA

AIMC. *Resumen general de resultados EGM*. <<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].

Asociación de la Prensa de Madrid (APM) (2015). *Medios lanzados por periodistas*. [en línia] <<http://www.apmadrid.es/nuevos-medios-lanzados-por-periodistas/>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].

Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Corbella Cordoní, Joan M. (2015). «La premsa». A: Corbella Cordoní, Joan M.; Civil i Serra, Marta; Ferrer Pavia, Carme i Sabaté Salazar, Joan (coord.). *Informe de la Comunicació a Catalunya. 2013-2014*. Barcelona: INCOM-UAB/Generalitat de Catalunya, p. 117-138.

El Economista. «La editora de 'El Heraldo de Aragón' compra el diario gratuito '20 minutos'». 9/06/2015. [en línia] <<http://ecoteuve.economista.es/ecoteuve/prensa/noticias/6776822/06/15/Heraldo-de-Aragon-compra-el-diario-gratuito-20-minutos.html>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].

Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans digitals (2015). *Llibre blanc de premsa, revistes i mitjans digitals editats en català*. Barcelona.

Franch, Pere; Guallar, Javier (2014). «Diaris i Revistes: panoràmica editorial i d'audiències a Catalunya (2012-2013)». *Anuari de l'Observatori de Biblioteques, Llibres i Lectura*, vol. 3, p. 35-45. [en línia] <<http://www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori/article/view/282067>> [Consulta: 14 de juliol de 2016].

Gutiérrez, Àlex (2015). «Salvador Cot, nou director d'El Singular». *Ara*, 7 d'abril de 2015. [en línia] <[http://www.ara.cat/media/Salvador-Cot-nou-director-Singular\\_0\\_1334866634.html](http://www.ara.cat/media/Salvador-Cot-nou-director-Singular_0_1334866634.html)> [Consulta: 14 de juliol de 2016].

Información y control de Publicaciones, Introl. *Informes de la OJD*. <<http://www.introl.es/>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].

Masip, Pere; Guallar, Javier; Suau, Jaume; Ruiz-Caballero, Carlos; Peralta, Miquel (2015). «News and social networks: audience behavior». *El profesional de la información*, vol. 24, n. 4, p. 363-370. [en línia] <<http://eprints.rclis.org/28151/>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].

Noguera-Vivo, José-Manuel (2016). «Metamedios y periodismo: revisión panoràmica de los nuevos cybermedios». *El profesional de la información*, v. 25, n. 3, p. 341-350. [en línia] <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/may/03.pdf>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].

Palacio Llanos, Luis (dir.) (2015). *Informe anual de la profesión periodística 2015*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid (APM).

Peiró, Karma; Guallar, Javier (2013). «Introducció al periodisme de dades. Característiques, panoràmica i exemples». *Ítem*, n. 57, p. 22-36. [en línia] <<http://eprints.rclis.org/28670/>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].



Rosique-Cedillo, Gloria; Barranquero-Carretero, Alejandro (2015). «Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica». *El profesional de la información*, vol. 24, núm. 4. [en línia]  
<<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2015.jul.12>> [Consulta: 26 de juliol de 2016].

Sáez, Albert (2015). *El periodisme després de Twitter*. València: Tres i quatre.

**Disponible a:**

[www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori](http://www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori)

---

**Franch, Pere; Guallar, Javier.** «Diaris i revistes: panoràmica editorial i d'audiències Catalunya (2014-2015)». *Anuari de l'Observatori de Biblioteques, Llibres i Lectura*, vol. 4 (2016), p. 74-88.

[www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori/article/view/312569](http://www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori/article/view/312569)

---

Llicència Creative Commons

Reconeixement – NoComercial – SenseObraDerivada  
(by-nc-nd): No es permet un ús comercial de l'obra original ni la generació d'obres derivades.







UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Facultat de Biblioteconomia  
i Documentació



OBSERVATORI  
DE BIBLIOTEQUES,  
LLIBRES I LECTURA

# ANUARI DE L'OBSERVATORI DE BIBLIOTEQUES, LLIBRES I LECTURA 2016

**Editors**

Lluís Agustí  
Maite Comalat

