

CAPÍTOL 5. LES OPCIONS DE LA PREMSA

TONI AIRA, FERRAN SÀEZ, ENRIC XICOY

1. INTRODUCCIÓ

Deia Llorenç Gomis que els diaris no treballen amb fets, sinó amb relats de fets. Entenent aquesta frase en tot allò que té de provocació, però també en tot allò que té de retrat ajustat del contingut de la premsa (i, per extensió, dels mitjans de comunicació), en aquest capítol, es fa una anàlisi de contingut de les opinions publicades als diaris editats a Catalunya o que tenien una edició a Catalunya (*ABC, Avui, El Mundo, El País, El Periódico de Catalunya, El Punt i La Vanguardia*) durant la campanya electoral catalana del 2006 (del 15 d'octubre al dia 1 de novembre inclosos, 17 dies). L'objectiu és una panoràmica sobre els diferents relats que els principals diaris van teixir al voltant de les eleccions catalanes del 2006. Per tant, aquí no només hi trobaran l'opinió institucional del mitjà, és a dir, els editorials i articles no firmats, sinó tots els textos que van escriure els col·laboradors habituals o especials per a la campanya.

I, com que la premsa continua essent un mitjà de referència, sobretot com a prescriptor d'opinió, és en aquest punt que hem volgut deixar de banda tot el material considerat informatiu, que ja s'analitza en altres capítols, per centrar l'atenció en les opinions. I això s'observa a través d'una anàlisi quantitativa i qualitativa. En la primera, atenent a l'espai, la posició i la secció que ocupa l'article analitzat i el gènere d'opinió utilitzat, distingint entre article llarg, columna, tribuna, editorial, contracrònica o d'altres tipus. En l'apartat qualitatiu, a part de saber qui firma l'article, cal saber quin és el tema de l'article entre els següents: metacampanya; pronòstic de resultats; valoració del programa de partits; retrat de candidats; campanya a TV; tripartit; pactes postelectorals; anàlisi de la situació del país; relació amb l'Estat i criteris de votació. També s'analitza la presència dels partits en els articles, ja sigui respecte al total de partits esmentats o respecte al total d'articles publicats. Finalment, a part de la conclusió a què arriba l'articulista, es mira si aquesta està argumentada o si té o no presència d'elements contextualitzadors.

Així s'arriba a concretar quants articles d'opinió apareixen en cadascun dels mitjans analitzats i, en funció d'això, quina importància dóna cada mitjà a la campanya. Es tenen en compte els noms dels articulistes que apareixen a la premsa i, per tant, que entren en campanya quantificant també les vegades que el mitjà dóna la seva opinió. Per tant, es pot veure qui escriu i sobre quins partits polítics s'escriu. L'anàlisi del gènere, els elements contextualitzadors i les argumentacions permeten comprovar

com es reflexiona sobre la campanya i sobre el tema del qual es parla. En definitiva, així pretenem veure quina és l'agenda temàtica de la campanya. Finalment, es focalitza l'atenció en l'opinió o opinions principals del mitjà davant la campanya.

2. ABC

Com la majoria de diaris analitzats, l'ABC va concedir a la campanya electoral catalana una major atenció que la dedicada el 2003 als comicis catalans. Amb tot, el còmput global de peces dedicades a la campanya per les catalanes del 2006 a l'ABC és considerablement inferior a la resta de diaris analitzats. Així, els 65 articles que aquest diari empra per informar sobre la campanya, suposen una mitjana de 4 articles diaris durant els dies de més activitat política. Un contrast important, per exemple, amb els 11 de *La Vanguardia* i els 9 d'*El Punt*. Però, en canvi, un avenç respecte dels 50 que l'ABC va dedicar, en total, a la campanya del 2003. Sens dubte, és un canvi que es veu en tots els diaris i que hem estudiat. En aquest sentit, cal destacar que la campanya del 2006 va atraure molt més l'atenció d'uns mitjans que veien en la disputa Artur Mas-José Montilla un major grau d'incertesa, que no pas el que, en el seu dia, van trobar entre Mas i Pasqual Maragall, aquest factor també influït per la ja manifesta (el 2006) possibilitat d'un nou pacte tripartit que arrabassés la presidència de la Generalitat al guanyador dels comicis, com ja havia passat el 2003. Per aquestes raons i per altres que s'hi van sumar, el fet és que l'expectativa mediàtica va anar a més el 2006. En el cas de l'ABC, en tot cas, aquest factor quedava clarament condicionat pel limitat –i fluctuant– espai que aquest diari destina a la seva edició catalana.

Amb l'espai de què disposava la redacció catalana del diari del Grupo Correo, la tria va decantar-se clarament pels articles d'opinió (25, un 38,46% del total). La majoria de peces estan elaborades des de la redacció de Barcelona. En segon lloc, quant al gènere informatiu, s'hi col·loquen les columnes d'opinió, a distància, amb 15 peces (el 23,07% del total). En aquest sentit, és totalment coherent amb aquesta tendència el fet que els tres redactors que seguien els principals partits catalans, siguin els qui sumen un major nombre de peces dedicades als comicis: Iva Anguera de Sojo, María Jesús Cañizares i Ángel Martín. A distància, però destacats respecte de la resta, amb quatre peces per cap, hi trobem dos columnistes amb tribuna d'opinió regular a l'edició catalana i espanyola del diari: Xavier Pericay i Miquel Porta Perales. Els segueixen de prop Valentí Puig i, el llavors director del diari, Ignacio Camacho.

En comparació amb les informacions en format notícia, l'ABC va generar molta opinió i fins a tres editorials del diari en l'àmbit estatal. Descriuint-les, com a principal fil conductor, un: l'Estatut de Catalunya aprovat aquell mateix 2006. Per tant, amb un enfocament molt destacat i centrat en allò que aquest diari descriu com a «síndrome postestatutari» i que, en certa manera, una anàlisi aprofundida dels continguts informatius d'aquells dies bé podria apuntar que va afectar també la cobertura electoral de l'ABC. En això s'hi apliquen molt especialment els articulistes no catalans que, amb tribuna a l'edició estatal, opinen sobre la campanya. És el cas de César Alonso de los Ríos, d'Edurne Uriarte, Laura Campmany, Jon Juaristi, Juan

Manuel de Prada o Juan Velarde. Nacionalisme i Catalunya. Aquest és el gran eix vertebrador del seguiment periodístic que fa *ABC* de la campanya del 2006.

El procés estatutari i la radicalització que, segons la majoria dels seus opinants, ha comportat aquest context a les formacions polítiques catalanes és una presència que acompanya en fons i forma els principals articles d'opinió i també les principals notícies. El boicot del cava, la influència que ha tingut molt especialment Esquerra en el govern Maragall i el tripartit, més concretament com a fórmula de govern que ha estat nociva per a la comunitat autònoma catalana són arguments recurrents del diari del Grupo Correo durant els 15 dies de cursa electoral oficial al Principat.

Aquest context es revela com el responsable més probable d'una igualació amb pocs punts de contacte amb altres diaris, pel que fa a una certa homogeneització en l'accent que posa el diari en les diferents formacions polítiques. Com veurem al llarg d'aquest capítol, la campanya basada en impactes de CiU (DVD Confidencial.CAT, el notari per certificar que no pactaran amb el PP, el carnet per punts per a immigrants...) genera una clara expectativa i una evident prioritització en l'atenció mediàtica. La federació nacionalista aconsegueix aquest efecte a l'*ABC* com a la resta de diaris, ja que des d'un bon inici de la campanya atrau l'atenció i una cobertura mediàtica que anirà a més, fruit de la reacció en bloc (en contra) de la resta de formacions polítiques. Això, pel simple fet de replicar i d'entrar en el cos a cos que buscaven els nacionalistes, ja genera un volum d'informacions importants on, CiU, si no és el protagonista és el clar co-protagonista. Així, la federació nacionalista surt esmentada en molts més de la meitat dels articles (un 62,96%) i d'entre el conjunt d'esments que fan referència a formacions polítiques, encapçala el rànquing amb un 24,92%.

Però, com apuntàvem, aquest fet generalitzat en el conjunt de la cobertura mediàtica que els principals diaris van dispensar a la campanya del 2006, comparteix protagonisme a l'*ABC* amb la dialèctica Catalunya-Espanya, nacionalistes-constitucionalistes. Les eleccions catalanes van viure la seva campanya en un context clarament marcat per la campanya permanent que, en l'àmbit espanyol, vivia encara camí d'uns comicis del 9-M del 2008, que tant pel PP com pel PSOE es vivien com una revàlida dels del 14-M del 2004. El grau de crispació política en l'àmbit espanyol tenia a Catalunya un dels seus principals focus d'atenció, i els mitjans espanyols com l'*ABC* van esdevenir-ne una clara caixa de ressonància. En aquest sentit, l'*ABC* compleix escrupolosament amb aquest fet, ja que és un dels diaris que més atenció va concedir al PP i PSOE en les seves informacions de campanya de l'1-N. Concretament, els populars van esdevenir la tercera força política a capitalitzar major atenció, amb un 47,40% dels articles que s'hi van referir, ben bé la meitat. I superant fins i tot ERC en la mitjana d'esments dels totals referits als partits (18,76% vs 18,18%). Hi ajuda una voluntat explícita i prefixada del diari que, per exemple, queda clarament manifesta arrel de la important cobertura mediàtica que aquest diari dispensa a pintades amenaçadores contra el candidat Josep Piqué i el llavors secretari general del PP de Catalunya, Rafael Luna, a seus del PP. Aquest tipus de pintades i el boicot de certs grups de manifestants als actes del PP ocupen un generós espai a les pàgines de l'*ABC*, en contrast, per exemple, amb el que mereixen per a

aquest diari altres pintades contra altres formacions polítiques, que també hi van ser però que no atrauen tant l'atenció del rotatiu madrileny.

El PSC, per la seva banda, i en la majoria d'ocasions relacionat directament, de manera natural i gairebé inherent, amb el PSOE a les pàgines de l'ABC, ocupa la segona posició de les referències (amb 51,85% de les peces, i amb un 20,52% dels esments d'entre els dedicats als partits). Pasqual Maragall i el seu tripartit resten clarament protagonisme a un José Montilla que a l'ABC difícilment l'esmenten, si no és arrel d'actes de campanya on hi participa José Luis Rodríguez Zapatero o si no és que la polèmica amb CiU és la protagonista de les informacions.

Esquerra, per la seva banda, personifica per als opinants de l'ABC (que és per la via on la formació republicana rep una major atenció d'aquest rotatiu) els «grans mals» que el tripartit ha comportat per a una societat catalana «minimitzada» i per a unes relacions de Catalunya amb la resta de l'Estat, que des de l'ABC es consideren clarament danyades per l'experiència tripartida. Des del diari del Grupo Correo es valora clarament la influència d'Esquerra com un factor decisiu en el deteriorament de la imatge de Catalunya a la resta de l'Estat. Esquerra surt esmentada a gairebé la meitat de les peces periodístiques que l'ABC dedica a la campanya, en un 45,92% dels articles i en un 18,18% del total d'esments a partits. Iniciativa, per la seva banda, ocupa la cua d'aquest rànquing, amb un 29,62% d'esments en articles, gairebé mai en solitari i ben bé sempre com a complement imprescindible a l'hora de fer referència al tripartit. Del total d'esments als partits, només ocupa l'11,73%, únicament per davant del 5,86% del conjunt d'altres formacions polítiques on hi encabim sobretot Ciutadans-Partit de la Ciutadania.

La tendència que marca l'acció del DVD de CiU contra el tripartit, repartit massivament poques hores abans de l'inici de la campanya electoral oficial, condiona el conjunt d'informacions dedicades a la cursa per aquests comicis a l'ABC. Amb 33 peces dedicades, la pròpia campanya electoral i el material informatiu que l'activitat dels partits genera, ocupen més de la meitat de les peces, amb un 50,76% del total. Les reaccions, declaracions, contradecaracions, atacs i reivindicacions del contingut i de la idoneïtat o no d'aquest material de campanya de la federació nacionalista decanten clarament la balança dels continguts informatius de l'ABC. A distància però compartint segona posició com a protagonistes (amb 10 esments cadascun, el 15,38% del total) dels temes destacats en què hem classificat els continguts temàtics de les informacions sobre la campanya, se situen les relacions Catalunya-Espanya i el tripartit. Ja en tercer lloc i a certa distància dels segons, l'anàlisi de la situació del país ocupa un 10,76% de l'espai temàtic dels articles, amb un balanç clarament decantat vers l'advertiment que els opinants de l'ABC fan a propòsit de la «pèrdua de crèdit» i dels «efectos negativos» que el nacionalisme hauria comportat per a Catalunya, després de 23 anys de governs Pujol i després de 3 d'un tripartit que, segons el diari del Grupo Correo, no hauria fet més que insistir en el nacionalisme dels governs de CiU.

3. AVUI

En total, el diari *Avui* ha publicat 213 textos considerats d'opinió durant els 18 dies analitzats. Per tant, això significa una mitjana de prop de 12 articles al dia. Malgrat aquest alt índex, només 3 autors han escrit cada dia. Són les contracròniques diàries d'Eva Piquer, seguint CiU, Francesc Puigpelat, escrivint sobre els actes del PSC-PSOE i de Sebastià Alzamora que va escriure sobre ERC. En canvi, l'*Avui* no tenia ningú que fes aquest mateix seguiment del PP i d'ICV-EUIA. Tampoc hi havia altres columnes diàries escrites expressament per seguir la campanya, com va passar durant la campanya del 2003. Malgrat això, el columnista Joan Oliver (17) pràcticament va escriure cada dia de les eleccions en la seva columna diària. I els també columnistes Iu Forn (12), Salvador Sostres (11) i David González (10) ho van fer en més de la meitat dels dies. Aquests 7 autors van escriure just la meitat dels textos en campanya.

No hem considerat la crònica diària de Marta Lasalas, el primer text de les pàgines de la campanya, com a article d'opinió. Probablement s'hi podria considerar, pel seu grau d'interpretació, però vam decidir no fer-ho, com tampoc es comprovarà amb *El Periódico de Catalunya*, en considerar que el propi diari prefereix tractar-ho més com una crònica informativa del dia anterior. Si l'haguéssim comptat, però, hi hauríem hagut d'afegir 15 articles més, que tenen una forta presència d'elements contextualitzadors i en els quals se citen pràcticament tots els partits.

En total, 49 articulistes pels 191 articles firmats. Entre aquests articulistes, només un membre destacat de les candidatures, el cap de llista d'ERC, Josep Lluís Carod-Rovira, col·laborador habitual del diari, va publicar un article. L'única tribuna és la que se cedeix a Jordi Pujol, l'expresident de la Generalitat que, curiosament, va aparèixer el mateix dia que la de Carod-Rovira.

Altres col·laboradors o periodistes del mitjà habituals, 24 del total, van publicar més de dos articles i són: Salvador Cot (8), Desclot (6), J. J. Navarro Arisa (4), Marçal Sintès (4), Alfred Bosch (3), Eduard Vallory (3), Jordi Cabré (3), Vicent Sanchis (3), Xavier Bosch (3), Agustí Colomines (2), Albert Om (2), Carles Sentís (2), David Miró (2), Esther Vera (2), Ferran Sáez (2), Isabel-Clara Simó (2), Jordi Sánchez (2), Josep Maria Torrent (2), Lluís Bou (2), Oriol Bartomeus (2), Pere Martí (2), Ramon Tremosa (2), Salvador Cardús (2) i Vicenç Villatoro (2).

Pel que fa a la tipologia de textos, tenim que es van publicar 105 columnes, pràcticament la meitat dels textos amb el 49,3%. Les contracròniques van ser poc més d'una quarta part, el 25,8%, amb 55 textos. Els articles de fons van ser 25, l'11,7%. Hi trobem també altres tipologies de textos, entre els quals alguna crítica o el text no firmat titulat «Ens ha arribat», que, amb 20 textos, s'acosten a una desena part del total amb el 9,4%. D'editorials n'hi trobem 7, que representen el 3,3%. Finalment i com ja havíem dit, només hi trobem una tribuna que representa, aproximadament, un 0,5%. Aquests percentatges són semblants als del 2003, però proporcionalment amb lleugerament menys articles i columnes.

Com també va passar l'any 2003, poc més de la meitat dels principals temes tractats en els textos analitzats de l'*Avui* eren sobre la mateixa campanya electoral, un total de 113 que representen el 53,1%. La resta de temes es troben a força distància, ja que el segon més tractat és el que parla de les valoracions de partits o dels criteris a l'hora d'anar a votar amb 28 articles, que representen el 13,1%. A continuació, hi ha tres temes que es troben en una situació semblant: la campanya de TV (16), els pronòstics de resultats (15) i els retrats de candidats (15), que representen el 7,5 i el 7% respectivament. Finalment, i ja amb una presència molt més baixa, trobem la valoració dels programes de partits (12), els pactes postelectorals (9), les relacions amb l'Estat (3) i l'anàlisi de la situació del país (2), que representen del 5,6% a l'1%.

El partit que més vegades és esmentat als articles, a diferència de tres anys abans, és CiU, que apareix en 149 textos, mentre que el PSC-PSOE és esmentat explícitament en 142. Això significa que sumats freqüen el 60% dels partits esmentats amb el 57,4% (29,4% i 28% respectivament). Si ho comparem amb els resultats electorals, veurem com aquests percentatges són semblants als dels vots, ja que CiU, al 2003, va obtenir el 30,94% i el 31,52% l'any 2006 i el PSC-PSOE el 31,16% (2003) i el 26,82% (2006). Si tenim en compte el total de textos, podem veure que CiU apareix en el 70% i el PSC-PSOE en el 66,7%.

El tercer partit més esmentat és ERC, que apareix en 98 textos, el 19,3%. Això vol dir que surt explícitament en el 46% del textos. Recordem que el 2003, Esquerra va obtenir el 16,44% dels vots i el 14,03% l'any 2006. En canvi, el PP apareix pràcticament en la meitat de textos d'ERC, en 54, un 10,7%, que equivalen pràcticament als mateixos resultats que van obtenir el 2006 i que van ser del 10,6%. L'any 2003 havien estat de l'11,89%. El PP apareix en el 25,3% dels textos. Finalment, ICV-EUiA surt en quatre textos més que el PP, en 58, que equivalen a l'11,4% dels partits esmentats i el 27,2% dels textos. Comparat amb els resultats electorals, podem dir que, de tots els partits, és el que, proporcionalment, més s'hi allunya, si ho comparem especialment amb els del 2003, que van ser del 7,28%, mentre que el 2006 ja s'hi acosten més: 9,52%. Finalment, cal dir que un 2,8% dels textos esmenten altres partits, tot i que no en tots els casos es tracta de Ciutadans-Partit per la Ciutadania. Sigui com sigui, torna a quedar clar que es manté una proporcionalitat semblant a la composició parlamentària que està tant marcada en les pàgines d'informació i, com es comprova, en les d'opinió.

Pel que fa a l'elaboració dels textos, en una gran majoria, en el 67,1% s'hi detecten argumentacions i contraargumentacions per justificar-ne les conclusions finals. I també s'hi detecta un percentatge semblant d'elements contextualitzadors suficients, amb un 67,6%. Aquests són resultats semblants també als del 2003, ja que, en cap cas, no hi ha elements contextualitzadors, tot i que és escàs en pràcticament un de cada 10, en el 9,4%. En canvi, sí que hi ha més del doble de textos que tenen una notable presència d'aquests elements, el 23%.

D'aquestes dades, marcadament quantitatives, en podem treure algunes idees qualitatives. Com hem dit, queda demostrat que els percentatges dels resultats electorals condicionen també la presència dels partits en els textos. També es veu

clar com els pseudoesdeveniments de les campanyes condicionen clarament els temes que cal tractar en els textos d'opinió. De fet, està justificat, si veiem com la majoria de textos d'opinió són o columnes o contracròniques, que són les que, amb més facilitats, tracten aquells esdeveniments més relacionats amb el dia a dia de la campanya.

A part d'aquesta anàlisi, podem fixar-nos també en les principals conclusions a què arriben els articulistes. Abans d'entrar a analitzar els editorials, que ens permetran veure quin és el pensament oficial del diari davant d'aquestes eleccions, farem una reflexió global de la resta de textos. Possiblement, la idea que més es repeteix al llarg dels articles és que si el tripartit pot tornar a sumar, ho farà. Aquesta idea, en més d'un article, condueix a la conclusió que Artur Mas només podria ser president si obtingués un resultat clarament abundant i, en més d'una ocasió, es desprèn que això és el que desitjaria l'autor. De fet, en més d'una ocasió es lamenta, en els articles, que les discrepàncies entre CiU i ERC siguin tan abismals. També hi ha certa coincidència a catalogar el primer tripartit com un fracàs i que és molt improbable la sociovergència.

Pel que fa als candidats o a les candidatures, una idea que es repeteix sovint és que Montilla no desperta passions. Es considera que és un polític que té una bona imatge com a gestor, però no com a orador, fent bo l'eslògan de la seva campanya *Fets no paraules*. També se'l veu com el presidenciable amb més vinculació al PSOE o, el que és el mateix, més condicionat per la política de Madrid.

Finalment, un dels aspectes de la campanya més comentats és el DVD propagandístic de CiU. Hi ha certa unanimitat a considerar que ha marcat l'agenda de la campanya, com altres iniciatives de la federació nacionalista, tot i que hi ha més discrepàncies a l'hora de considerar si podia fer atraure més electors o, en cas contrari, unir els contrincants.

Com ja s'ha dit, l'*Avui* va publicar set editorials durant els dies analitzats. Es van publicar els dies 16, 18, 21, 23, 29 i 31 d'octubre i l'1 de novembre. Això vol dir que, en total, va publicar més del doble d'editorials respecte del 2003.

De les conclusions finals dels editorials, també se'n desprèn la idea del diari que si el tripartit suma, es reeditarà. Aquesta idea es repeteix en més d'una ocasió. Una d'elles és al mig de la campanya, quan el 23 d'octubre escriuen que «ara com ara, Convergència i Unió continua essent l'alternativa que aconsegueix més suport, però els tres partits que van integrar el govern de la Generalitat en aquesta legislatura encara sumen, i, si sumen, tot sembla indicar que repetiran la fórmula». Un altre aspecte que destaquen, sobretot al principi de la campanya, és que costarà mobilitzar els electors, en part, per culpa dels blocs televisius i d'un únic debat insuls a la televisió, dels 5 candidats. El dia 16, l'editorial diu que tot indica que l'entusiasme dels electors per aquesta convocatòria és inferior i que caldrà un esforç extra dels partits, per trencar el clima de fredor en què ha arrencat aquesta cursa electoral.

Però, a l'equador, constaten que la campanya s'ha animat i que pot mobilitzar electors ja que es constata que les estratègies dels partits han aconseguit almenys sacsejar

parcialment l'apatia. Finalment, demanen que els electors votin en clau estrictament catalana, malgrat que aquestes siguin també unes eleccions que condicionen la política espanyola, com demostra la presència sovintejada en campanya de Mariano Rajoy i José Luis Rodríguez Zapatero, arribant a la conclusió que «el lligam amb els poders de l'Estat pot diluir nacionalment les eleccions a Catalunya». Aquesta idea també va ser molt present en l'anterior campanya. I també es demana una alta participació perquè, tot i que potser no serà una legislatura tan èpica com l'anterior, amb l'aprovació de l'Estatut, tindrà el repte de desenvolupar-lo.

Així doncs, podríem dir que en els set editorials el diari no es posiciona explícitament per un o altre partit polític, però sí que se'n pot desprendre que votar el PSC-PSOE o el PP significa descatalanitzar les eleccions i, en conseqüència, les institucions catalanes.

4. EL MUNDO

«Nada se mueve en el panorama político español», «El oasis catalán, un sueño roto tras el tripartito», «¿Por qué no firma ante notario que no cobrará el 3% si gobierna?», «Más dinero para Cataluña, más votos para CiU» i «De la catalanidad por puntos a las amenazas de muerte» són cinc exemples de titular d'editorial que van ser publicats a *El Mundo* durant la campanya electoral catalana del 2006. Un volum de peces editorials considerable, sobretot en comparació amb el conjunt de les que van publicar els altres diaris durant aquell període i, molt especialment, per damunt de la mitjana de les publicades per mitjans d'àmbit estatal. Però, al cap i a la fi, un indicador més que apunta la importància que el rotatiu dirigit per Pedro J. Ramírez (Alex Salmon a Catalunya) va dedicar a la campanya catalana del 2006. Una importància que també es veu clarament reflectida per un volum de peces referides, que es va situar a 134, una mitjana de 8 per dia, que demostra com una clara interpretació en clau espanyola que va pretendre imprimir *El Mundo* a aquella campanya. El seguiment dels comicis catalans va ser exhaustiu, amb gran diversitat de peces referides, en l'àmbit de les peces i concretament en les d'opinió. Les columnes (40,32%) encapçalen les tipologies d'article que va triar aquest rotatiu per construir el relat mediàtic sobre els comicis. Les complementen 25 miradors o espais de contracrònica que, en un percentatge alt de les notícies, s'hi annexaven amb espai generós. A l'apartat d'altres peces informatives n'identifiquem 18, que es distribueixen entre cartes dels lectors, humor gràfic i una prolífica varietat de breus peces d'opinió com les valoracions gràfiques a favor/en contra o petits bitllets d'opinió, de vegades sense signar i en altres ocasions signades amb pseudònim. L'important volum d'opinió, doncs, sumat a unes notícies on aquest factor també hi juga un paper més explícit que en altres publicacions marca clarament la voluntat d'incidència d'aquest diari.

El desplegament informatiu i l'important seguiment que *El Mundo* fa del dia a dia de la campanya erigeix els redactors que cobreixen les diferents candidatures en aquells que més peces signen durant aquest període electoral. Tot seguit, s'hi situen

els principals columnistes opinants de l'edició catalana del diari: Marçal Sintès, Alex Salmon, Roger Jiménez i Félix Martínez, encapçalant les primeres posicions entre els periodistes amb més presència redactora durant el procés.

El diari dirigit per Pedro J. Ramírez va dedicar a l'estratègia del DVD de CiU una important atenció. Per a aquest rotatiu, aquest moviment electoral de la federació nacionalista passava a esdevenir una metàfora de la mala política que es practica a Catalunya. Una política, segons la línia editorial d'aquest diari, que seria conseqüència del règim que el nacionalisme (català) hauria imposat a la societat catalana durant més de 25 anys. Davant d'aquesta concepció de la realitat política catalana, l'aposta del rotatiu per donar ressò a la iniciativa política de Ciutadans-Partit de la Ciutadania és important, com es comprova amb la nostra anàlisi quantitativa i qualitativa del contingut informatiu d'aquest diari, que respecte del partit liderat electoralment per Albert Rivera és generós com cap altre mitjà escrit tradicional va ser-ho.

La campanya de CiU, recollint els atacs principalment de les formacions del tripartit, es descriu a *El Mundo* com a «juego sucio» de Mas. La que considera «sucia campanya» de CiU, doncs, serveix com a excusa perfecta per mirar d'entendre la impressió que les formacions polítiques catalanes no estan a l'alçada. Aquesta acusació recau, amb especial insistència i èmfasi, en Esquerra Republicana de Catalunya, de qui s'adverteix, en nombroses ocasions, que podria tornar a ser «decisiva», gairebé com una amenaça. Aquesta hipòtesi es presenta com a molt negativa, sobretot perquè constantment plana sobre totes les informacions la convulsa etapa del primer tripartit i, més concretament, un procés estatutari sobre el qual s'hi projecten la majoria de problemes que haurien malmès la qualitat democràtica al Principat i les relacions de Catalunya amb la resta de l'Estat, segons el diari, clarament afectades per un Estatut insolidari i no justificat, que hauria tornat a projectar una imatge de Catalunya i dels catalans negativa, a ulls de la resta de ciutadans de l'Estat.

La majoria d'informacions, de llarg, es refereixen, en coherència amb aquest escenari, a la mateixa campanya electoral, molt descrita en clau de conflicte i d'enfrontament entre tots els partits polítics catalans, a excepció de Ciutadans, que apareix la major part de les ocasions en clau positiva i propositiva. En aquest sentit, 65 peces tenen com a protagonista la pròpia campanya; el 52,41% del total d'articles. En segon lloc, s'hi situa el tripartit (14), que és protagonista del 11,29% del material publicat. I, en tercer lloc, són les relacions Catalunya-Espanya (13) les que protagonitzen un gruix important (10,48%) de les peces publicades. Tanquen les posicions més destacades d'aquesta classificació, les anàlisis de la situació del país (10, el 8,06%), que, en la seva totalitat, projecten importants ombres de sospita sobre una classe política catalana que es considera la culpable de la situació d'estancament en tots els fronts que estaria vivint Catalunya. El Principat, en aquest sentit, queda descrit a *El Mundo* com una societat que no viu una democràcia plena, ja que s'hi atribueix un context polític que només governa per a una part (els nacionalistes) i que ignora la majoria d'una ciutadania que, igual com el PP català, no viuria amb llibertat plena, aplacada pels dirigents polítics de la major part de les formacions. *El Mundo*, coherent amb aquesta

estratègia, posa un accent especial en les pintades amenaçadores que apareixen contra el PP en algunes seus d'aquest partit, per exemple a Tarragona, i es posa les mans al cap amb la iniciativa («patochada») del notari, impulsada per Artur Mas, per mirar de desmarcar-se del PP. Aquest rotatiu, en aquest punt, en plena sintonia amb les tesis del popular Josep Piqué, atribueix el moviment de la federació nacionalista a un intent de «satanitzar» i de «marginar» el PP en la vida política catalana. *El Mundo* apunta en aquesta direcció i també en la d'una possible «radicalización» de CiU, que el diari no circumscriu només a la federació nacionalista, sinó que fa extensiva al conjunt de la política catalana.

5. EL PAÍS

El del Grup Prisa és un dels diaris que menys textos d'opinió publica sobre la campanya electoral catalana, amb un total de 67, que representen 3,94 articles diaris. Això significa tres vegades menys que *l'Avui*, per exemple. Pel que fa a la tipologia de textos, una tercera part són columnes, un total de 24, un 35,8%. També hi ha força articles de fons, 17, i contracròniques, 16, que representen un 25,4% i 23,9% respectivament. Ja més lluny, trobem els editorials (2) i les tribunes (2), que juntes representen només un 6% dels textos. En canvi, hi ha 6 textos, el 8,9%, que són d'altres categories, dels quals 5 són els perfils dels candidats.

Cap dels autors publica cada dia. De fet, el que repeteix més vegades és la cronista Soledad Gallego-Díaz, amb 11 publicacions, que representen el 16,4% del total. Els altres opinants que més publiquen són Tomàs Delclós amb 7 (10,5%), Joan Subirats amb 6 (8,9%), Agustí Fancelli amb 5 (7,5%) i Laia Reventós amb 4 (6%). Aquestes dades demostren que *El País* no ha volgut fer un seguiment tan exhaustiu com altres mitjans de la campanya. Sí que té columnes i contracròniques fixes sobre la campanya, però no les publica la mateixa persona. Entre aquests, destaquen les columnes sobre la campanya multimèdia i els perfils dels candidats. Finalment, hi ha 4 autors que publiquen 3 vegades (Enric Company, Sergi Pàmies, José Martí Gómez i Guillem Martínez) i 4 més que ho fan dos cops (Jordi Sánchez, Josep Ramoneda, Joan B. Culla i Empar Moliner). De la resta, de 12 textos amb una sola firma, destaquen les dues tribunes que, curiosament, són cedides a dirigents d'ERC i CiU, Joan Puigercós per una banda i Carles Campuzano i Àngel Millet, que firmen junts, per l'altra. També hi escriuen Oriol Bohigas, Pilar Rahola, Rafael Argullol o Miquel Caminal.

Si ens fixem en els temes dels articles, més de la meitat, el 56,7%, estan dedicats a parlar de la mateixa campanya. Ja a més distància, trobem el tractament sobre el que en diríem els criteris que poden servir a l'elector a l'hora d'anar a votar i les valoracions dels partits que representen pràcticament el 12% de textos. A continuació, el tema més tractat són els retrats dels candidats, 10,5%, en què 5 dels 7 textos són els perfils abans mencionats. La resta de temes com ara els pronòstics de resultats, les valoracions de programes o els possibles pactes postelectorals no arriben ni al 7% del total de temes principals analitzats en els textos d'opinió.

Si ens fixem en quantes vegades són mencionats els partits polítics, podem comprovar que no hi ha unes diferències tan marcades com en altres diaris. Sí que hi segueix havent certa bipolaritat entre CiU (25,1% dels partits esmentats) i el PSC-PSOE (24,1%), ja que junts sumen pràcticament la meitat de presències. Però apareixen menys que en altres mitjans i, a més, estan gairebé 10 punts per sota del que representaria els seus percentatges de votants. Això fa que ERC (17,4%), el PP (15,4%) i ICV-EUiA (13,9%) tinguin una presència destacada que, en el cas del PP i ICV-EUiA, és sensiblement superior a la seva representació parlamentària. Finalment, fins a 8 textos, tenen presència altres partits que representen el 4,1% de les formacions esmentades. Destaquen, entre aquests, un parell de referències exclusivament dedicades a Ciutadans. Si, en canvi, ens fixem en la presència dels partits en el total de textos, veiem que el PSC-PSOE i CiU apareixen aproximadament en 7 de cada 10, ERC en la meitat i el PP i ICV-EUiA són esmentats al voltant de 4 de cada 10 articles d'opinió.

Pel que fa a l'estructura dels textos, veiem que gairebé trobem el mateix número de textos argumentats que els que no ho són: 35 i 32 respectivament, que representen un 52,2% i un 47,8%. Pel que fa als elements contextualitzadors, sempre en trobem i només en un 7,5% aquesta presència és escassa. En canvi, el 92,5% restant de presència es divideix en un 67,2% d'elements contextualitzadors suficients i un 25,3% de presència notable.

Com podem comprovar en tots els diaris analitzats, a partir d'aquestes dades exposades fins ara podem treure'n algunes conclusions quantitatives i també se'n desprenen de qualitatives. Però, si volem saber quines són les principals conclusions dels opinants, convé analitzar quines són les tesis defensades en els articles. Com ja passava el 2003, la majoria d'autors que escriuen a *El País* són clarament partidaris de les tesis defensades pel PSC-PSOE. Tot i que, en molts casos, aquestes no es veuen explícitament, però s'intueixen quan es tracten amb un to despectiu les polítiques proposades per CiU i adverteixen que ara no és el moment perquè hi torni a haver un govern nacionalista. En aquest sentit, s'aposta per donar una segona oportunitat al tripartit, justificant-ho sobretot perquè convé acabar una obra de govern que va quedar a mitges, especialment per les turbulències de la votació del referèndum de l'Estatut. Això sí, si es repeteix un nou tripartit ha de ser amb unes noves condicions en les aliances que li permetin més estabilitats. Així és com hi ha una línia bastant coincident a l'hora de demanar al votant que es prengui aquestes eleccions a partir de la disjuntiva entre dretes i esquerres.

Aquesta presència sovintejada de crítica envers CiU fins i tot va provocar la resposta de Carles Campuzano i Àngel Millet en forma de tribuna, per tal d' aclarir la postura del seu partit davant les polítiques proposades en l'àmbit de la immigració.

Si focalitzem l'atenció en els editorials, que hauria de ser on hauríem de trobar l'opinió del diari, veurem que mantenen una tendència semblant, però més moderada. En total, *El País* només va publicar dos editorials, al principi (17/10/06) i al final (30/10/06) de la campanya. En el primer, «Campanya catalana», es fa una crida a una campanya serena i sense estridències, amb una referència explícita al DVD

de CiU que troben desafortunat, que pot mobilitzar l'esquerra, però que entenen que és la carta que juga Mas al tot o res, per intentar aconseguir el màxim possible de vots per fer inviable un nou tripartit. Tot i així, reconeixen que «no son pocos» els mals del govern de Maragall. En aquest sentit, conclouen que «son muchos los debates del máximo interés para la ciudadanía, y más con el nuevo Estatuto, que no deben quedar sepultados por la propaganda y, menos aún, por el juego sucio o las coacciones de jóvenes radicales o exaltados, tal como las que ha venido sufriendo el PP en los últimos meses».

En el segon i últim editorial de la campanya fan referència a com s'ha desenvolupat. Valoren que ha estat una campanya força tranquil·la, tot i que tornen a fer referència als incidents al voltant del PP, obviant-ne d'altres que, per exemple, també va patir ERC. Tot i així, l'incident més negatiu de la campanya va ser la negativa de la Conselleria d'Interior de permetre algunes manifestacions durant la campanya.

Pel que fa a l'anàlisi més política i partidista, constaten que CiU ha marcat l'agenda. Tot i això, consideren que un dels debats obert per la federació nacionalista, el referent a que sigui president el candidat de la formació més votada, «no tiene ningún sentido» i és la que «más polémica ha provocado, porque, en un sistema parlamentario de elección indirecta del presidente, sólo hay una manera de ganar las elecciones, y es conseguir mayoría suficiente en la cámara».

També expliquen que, durant les últimes eleccions catalanes, s'ha fet evident que ja és gairebé impossible una majoria absoluta d'un partit. El sistema de partits de Catalunya cada vegada és menys bipartidista, a diferència de la majoria de comunitats de l'Estat. Això obligarà a pactes postelectorals en els quals qualsevol partit s'hi pot veure involucrat, fins i tot amb una possible abstenció del PP per fer president a Mas. Això ha conduït al que el diari considera una curiositat i és que només Iniciativa ha defensat clarament la feina feta pel govern tripartit. Una d'aquestes possibles aliances que no es descarten és la sociovergència i creuen que potser seria la que convindria més al president del Govern espanyol, José Luis Rodríguez Zapatero. Però el diari del Grupo Prisa sembla tenir clar que «la campaña más bien ha puesto las opciones en su lugar natural: o CiU con apoyo externo o tripartito vuelve a ser la disyuntiva».

Finalment, acaben l'editorial defensant, a diferència de l'*Avui*, per exemple, que aquests comicis també s'han de mirar en clau espanyola. I ho argumenten pel fet que «al PP le gustaría la repetición del tripartito, porque la alianza socialista con Esquerra da buena munición al resto de España. Y Zapatero vive entre PSC-PSOE y CiU, deseoso de que el primero le siga garantizando el decisivo caudal de votos de siempre y el segundo le asegure larga estabilidad».

Acaben conclouent que siguin quins siguin els resultats i siguin quins siguin els pactes postelectorals, el que més li convé a Catalunya a la propera legislatura és la màxima estabilitat i «cooperación con el resto de España».

6. EL PERIÓDICO DE CATALUNYA

En total, hi apareixen 111 textos que considerem d'opinió. Si fem una mitjana, ens surten fins a 6,2 articles diaris. Això vol dir que augmenta significativament la presència d'articles respecte al 2003, ja que llavors van ser 83. Recordem, com ja hem explicat en l'anàlisi de l'*Avui* que, en aquest diari, no tenim en compte el primer text de les pàgines dedicades a la campanya. En aquest cas, les van alternant Lluís Mauri i Albert Sáez. Aquest últim, el 2003, feia la mateixa feina, però des de les pàgines de l'*Avui*. Aquest text és la crònica del dia i ben bé podria considerar-se com un article d'opinió, perquè té una càrrega molt alta d'interpretació subjectiva. Però, com que el diari no ho distingeix com a gènere d'opinió, sinó com a crònica, ho mantenim com a text informatiu. Malgrat tot, si ho comptabilitzéssim, tal com ja hem dit en l'altre diari, ho hauríem de considerar com a 15 articles amb grans dosis d'argumentació i de contextualització i en què hi solen aparèixer tots els partits amb representació parlamentària.

A diferència de tres anys enrere, hi ha més columnes que articles de fons, ja que les primeres arriben a ser gairebé la meitat (46,9%) i les segones no arriben ni a la meitat de les columnes (13,5%). De contracròniques o miradors n'hi ha també un gran nombre, 23, que representen el 20,7%. Cal dir que entre aquestes hi hem inclòs allò que considerem les contracròniques de les ones, ja que *El Periódico de Catalunya* va dedicar un espai diari a parlar de com s'opinava a la televisió i a la ràdio sobre la campanya. Aquestes ja representen 15 de les 23 contracròniques. I, pel que fa a columnes fixes dedicades a la campanya, només n'hi trobem una que és la dedicada a fer una comparativa de les primeres eleccions al Parlament de Catalunya, les del 1980. Aquestes també podrien ser considerades cròniques, perquè, en realitat, ens expliquen allò que va passar 26 anys enrere. Però no les considerem cròniques perquè no estan escrites en aquella època, sinó des de l'actual, mirant l'hemeroteca i perquè hi ha referències constants als fets actuals. Pel que fa als editorials, n'hi trobem 6 (5,4%), hi ha 9 tribunes (8,1%) i, d'altres tipus, n'hem localitzat 6 (5,4%), 5 dels quals són perfils dels candidats.

Si posem nom als autors d'aquests textos, veiem com Juan Ruiz Sierra, autor de les columnes sobre l'any 80, i Joan Barrera, qui escriu sobre les opinions de les ones, van publicar els seus textos l'endemà dels 15 dies de campanya. Un altre autor que va escriure més de 10 dies va ser Josep Pernau, que, durant la campanya, des de la seva columna, pràcticament diària, va fer-hi referència en 11 ocasions. Aquests tres autors junts representen més d'un terç dels textos publicats, el 36,9% del total.

La resta d'autors ja queden més lluny, ja que els següents que publiquen més vegades són el cronista Josep M. Fonalleras (5) i l'autor dels retrats dels candidats Arturo San Agustín, també 5 vegades. A continuació, ja vénen Joan Tapia (4), Juan-José López Burniol (3), Josep Maria Espinàs (3), Jordi Sánchez (3), Vicenç Villatoro (2), Joan Barril (2), Enric Marín (2), Manel Lucas (2), Ferran Monegal (2), Jordi Mercader (2) i Montserrat Nebrera (2). Curiosament, aquesta última es presentava com a candidata número 2 de les llistes del PP.

Si considerem que Nebrera, encara que fos col·laboradora habitual del mitjà, escriu una tribuna, diríem que publica una vegada més que la resta de polítics destacats que també escriuen: Manuel Chávez (PSOE), Felipe González (PSOE), Ernest Maragall (PSC-PSOE), Irene Rigau (CiU), Jordi Pujol (CiU), Joan Manuel Del Pozo (PSC-PSOE) i Josep Antoni Duran i Lleida (CiU). Per tant, és curiós veure com un diari considerat d'esquerres no tingui cap tribuna de polítics d'ERC i d'ICV-EUiA.

Entre els altres autors destacats que publiquen un article d'opinió tenim Antonio Franco, Ramon de España, Albert Sáez, Rosa Cullerell, Salvador Giner, Josep Oliver, Lluís Marrasé, Pilar Rahola, Antoni Segura, Gemma Lienas i el propi director del diari Rafael Nadal.

Pel que fa a la temàtica preferent dels textos d'opinió publicats durant la campanya, ens trobem que més de la meitat fan referència explícita a la mateixa campanya, el 53,2%. A més distància, trobem la valoració dels partits o dels seus programes, amb un 11,7% i empatats a un 8,1% tenim els pronòstics de resultats, els retrats de candidats i la campanya de televisió. Finalment, amb menys d'un 5% tenim els pactes postelectorals, l'anàlisi de la situació del país i els criteris de votació dels electors. Insistim que fem referència als temes principals dels textos, ja que sovint més d'un d'aquests temes pot aparèixer en el mateix text.

CiU apareix més vegades que el PSC-PSOE i/o el PSOE, amb una diferència de 6 textos, ja que el primer ho fa en 80 ocasions i els segons en 74. Això significa que CiU representa un 28,2% i el PSC/PSOE un 26,1% dels partits esmentats, per tant, la federació apareix en el 72,1% dels textos i els socialistes en el 66,7%. Si ho comparem amb els resultats electorals, veurem que, tot i que el PSC-PSOE tindria un resultat electoral semblant a aquest percentatge de presència respecte al total de partits, CiU està a una mica més de 3 punts per sota. Pel que fa a ERC, apareix en 44 ocasions, que representen el 15,5% dels partits i el 39,6% dels dies, unes estadístiques que estan just entremig dels resultats obtinguts el 2003 i el 2006, entre el 16,44% i el 14,03%. En canvi, el PP apareix sensiblement més que la seva representació parlamentària, ja que aquesta està entre el 10 i el 12%, i, en canvi, té una presència del 14,4% dels partits esmentats, 36,9% dels dies. I la que fins llavors era l'última formació amb representació al Parlament, ICV-EUiA, apareix en 29 ocasions, que signifiquen un 10,52% dels partits (9,52% de votació el 2006 i 7,28% el 2003). El partit ecosocialista apareix en poc més d'un de cada quatre articles, un 26,1%. Finalment, hi ha un percentatge significatiu d'altres partits, el 5,6%, no tant perquè es parli molt de Ciutadans com d'aquells partits que existien el 80 com Fuerza Nueva, PSUC o UCD, i que ara ja no tenen representació parlamentària, almenys amb aquestes sigles.

Si ens fixem amb l'argumentació dels textos, veurem com en el 56,8% hi ha contrast d'opinions, mentre que en la resta, el 43,2%, aquesta no existeix o és nul·la. El que no hem detectat és una presència inexistent d'elements contextualitzadors, tot i que sí que és escassa en el 9% dels textos. En canvi, sí que és suficient en 6 de cada 10, el 60,4%, i notable en el restant 30,6%.

Pel que fa a les opinions dels articulistes i exceptuant les tribunes d'articulistes de CiU o propers al partit, com Vicenç Villatoro, trobem una crítica dura en contra la campanya de la federació nacionalista. S'és molt crític amb el DVD i també amb la proposta d'immigració d'Artur Mas. De fet, és en aquest diari on més clarament veiem com alguns articulistes no tenen cap inconvenient per demanar el vot per José Montilla. L'exemple més clar el veiem amb Gemma Lienas, que precisament va repetint: «Votaré Montilla perquè...». Un altre exemple de crítica pràcticament diària contra CiU és la columna de Josep Pernaú.

Hi ha també una voluntat de fer una clara diferència entre esquerres i dretes, i tot i que fins al final es traspuja certa incertesa sobre els pactes postelectorals, sembla clar que si el tripartit pot, tornarà a governar. I sobre això, hi ha força unanimitat a considerar que aquest serà legítim, fins i tot en més d'una ocasió es considera que ho serà encara que sumi un vot més que CiU, fet que sembla improbable. També es critica durament Artur Mas sobre els pactes, per insistir en la idea que hauria de governar la força més votada.

Pel que fa a l'opinió del propi diari, aquesta es veu reflectida en els 6 editorials publicats. Tot i que el seu director, Rafael Nadal, en l'últim article publicat durant la campanya, diu que *El Periódico de Catalunya* no demanarà el vot per cap partit, sí que s'hi entreveu una preferència per les polítiques d'esquerres. Ja en el primer editorial, del 16 d'octubre, diuen que els firmants del pacte del Tinell «tenen la necessitat de convèncer que, malgrat tot el que ha passat, malgrat el desengany provocat, es mereixen que als electors progressistes els donin una segona oportunitat» i, en canvi, «els nacionalistes de centre han de justificar perquè van portar la redacció de l'Estatut fins als cims de l'irrealitat i la demagògia».

En el segon editorial del 20 d'octubre ja apunten directament contra la proposta de CiU per a la immigració, ja que «obre la porta a la discriminació». La conclusió final també és clara: «No seria cap mala idea que CiU mirés cap a l'ensenyament públic, tan maltractat durant els governs de Pujol, i abandonés invents que obren la porta a la xenofòbia».

També, en el tercer editorial del 22 d'octubre, critiquen «la campanya agressiva» de CiU, la qual consideren la culpable que en el debat a 5 de TV3 acabés essent un debat de 4 contra Mas. Fins i tot acaben fent referència a un comentari al debat de Montilla sobre uns contactes del 2002 i del 2003 entre CiU i el PP, per acabar afirmant que «El fantasma dels pactes de CiU amb el PP reapareix en aquesta setmana decisiva».

En el següent, parlen de les enquestes i focalitzen l'atenció en les seves, en què s'evidencia que la distància que tenia Mas respecte a Montilla es retalla. El que és curiós d'aquest editorial és que en cap moment es diu que el PSC-PSOE també perd intenció de vot respecte a l'anterior enquesta, encara que sigui per nou dècimes. Això sí, la culpa de la retallada és de CiU, ja que la seva campanya «pot haver servit per mobilitzar l'electorat d'esquerres».

Ja en el penúltim editorial, últim dia de campanya, 30 d'octubre, diu que en l'anterior cap de setmana, últim de campanya, el més sorprenent de Montilla va ser que

assegurés davant Rodríguez Zapatero que «ell només serà president d'un "govern de progrés" i, amb aquestes paraules, tancava les portes a un possible pacte amb CiU, la famosa sociovergència». En canvi, les paraules d'Artur Mas es fixen en tres aspectes que altra vegada consideren negatius: la proposta «populista» de demanar que governi qui tingui més vots; la seva defensa dels 23 anys de govern de Pujol amb el «desafortunat» comentari que si Montilla pot ser president és gràcies a aquells anys i la foto amb Joan Laporta, tot i que, en aquest cas, també hi ha una crítica indirecta a Montilla, que també se la va fer.

En l'últim, ja del dia de Tots Sants, dia de votació, és en l'únic que no s'hi veu aquesta crítica contra CiU. Es limiten a fer el clàssic editorial de crida a la participació i en què es destaquen els motius pels quals s'ha d'anar a votar. L'única referència directa a les formacions polítiques és aquesta: «I fins i tot és lícit pensar que s'opta entre una coalició de govern encapçalada per CiU i una altra que aglutini les tres forces que el 2003 van formar el govern tripartit».

7. EL PUNT

Aquest diari català va fer un desplegament informatiu molt destacat entre el qual van decidir els diferents diaris tradicionals durant aquest període electoral. Les seves 138 peces d'opinió que, en total, va dedicar a la campanya de l'1-N del 2006, amb una mitjana de 9 peces per dia, demostren, en xifres, aquesta aposta decidida d'*El Punt*, per damunt de la d'altres diaris amb molts més recursos.

Aquest rotatiu va dedicar 26 miradors i informacions amb tocs de crònica al voltant de la campanya electoral. El 14,49% de les peces, doncs, van ser d'aquest tipus, fruit de l'aposta per un equip redactor que va seguir, en tota la seva activitat, les principals forces polítiques. Així ens ho descriu també el fet que els periodistes amb més peces signades fossin els membres de la redacció destinats al seguiment d'un determinat partit: Tian Riba, David Marín, Odei A-Etxearte i Anna Serrano, en les primeres posicions. A aquests només s'hi anivellen els opinants fixos com Jaume Oliveras Costa i Jordi Cabré, i Carme Páez Berga i Enric Marin i Otto. Amb tot, malgrat que no ho fessin de forma diària, el diari va comptar amb moltes altres veus que van opinar sobre el procés, com va ser el cas de Pep Riera, Miquel Pairoli, Carles Ribera, Josep Murgades, Josep Maria Pascual, Joan Poyano, Xavier Miró, Josep Gifreu, Gemma Lienas, Jordi Coca o Manuel Parès i Maicas.

I tant les informacions com les peces d'opinió giren en un primer tram de la campanya, molt especialment i amb un accent crític important, al voltant del DVD de CiU. Aquest afer, sobretot arrel de la implacable i ben coordinada reacció en contra de la majoria dels altres partits, fa que *El Punt* hi posi un accent molt especial i hi dediqui dos dels seus set editorials en campanya. Els dos, per cert, són molt crítics amb la federació nacionalista. Els títols de tots dos editorials ja ens n'apunten el biaix: «CiU en estat pur» i «Joc net en la campanya». En aquest sentit, aquest diari s'arreglera clarament amb la valoració crítica que fan les formacions del tripartit i el PP, acusant CiU de fer «trampes» i de no jugar «net». Unes valoracions que tenen

un reflex proper i en sintonia amb *El Punt*, que, a la vegada, ho fa en coherència amb un escenari de «disputa del vot nacionalista», que el rotatiu identifica clarament i que ajuda a posar damunt la taula en el debat electoral que descriu el relat dels fets que ell mateix ajuda a teixir. Perquè, si bé és cert que *El Punt* no defuig els esments reiterats a l'experiència tripartida (en 12 ocasions protagonista del total de peces; el 8,69%), igualment és cert que fa importants anàlisis sobre possibles escenaris futurs i postelectorals (11; el 7,97%), on, a part de la fórmula ja experimentada i liderada en el passat per Pasqual Maragall, posa un accent destacat en la possibilitat «real» que és la «sociovergència» o pacte CiU-PSC. Per aquest flanc, *El Punt* hi insisteix de forma sostinguda durant tota la campanya, més emfàticament cap a la recta final. És així com critica especialment els «blocs electorals a la televisió», que menystenen els més petits i que prioritzen convergents i socialistes. Igualment, destaca el «pacte del notari», que reduiria, segons el diari, les opcions d'aliança de CiU, i s'observa com a «artificial» la disputa entre un PSC-PSOE i una CiU que, amb l'excusa de la discussió sobre un possible cara a cara Mas-Montilla en castellà, ocupa informacions i espai per damunt dels altres.

«La campanya i els pactes», «Campanya d'obvietats», «Tots iguals davant la llei, també durant la campanya» i «La campanya, en la recta final» són títols de quatre dels set editorials que va publicar *El Punt* durant aquesta cursa electoral que, com podem comprovar, va ser la protagonista en el diari. No debades, en 50 ocasions (el 36,23% del total de peces), la mateixa campanya electoral va ser la protagonista de les informacions i de les opinions. En el cas d'aquest diari, amb un protagonisme complementari important, que es va concedir a les cartes dels lectors (33, amb una mitjana de dues per dia, dedicades a la cursa) i a l'humor gràfic (sobretot de la mà de Joan Antoni Poch; 5). Dues formes recurrents a la premsa i que aquest diari va saber utilitzar hàbilment de cara a «apropar» el procés electoral a un espectre més ampli de la ciutadania.

De retruc a aquesta atenció preferent en el transcórrer de la campanya, el segon factor temàtic més tractat pel diari va ser la campanya a la televisió (15, el 10,86%). A conseqüència de la primera constatació, la preeminència dels dos «grans» en debats, com el possible enfrontament cara a cara a TV3, era un factor d'anàlisi recurrent a les peces d'*El Punt*.

Fruit d'aquest escenari, és perfectament comprensible que CiU sigui, de manera molt destacada, la formació política protagonista de la major part de peces (71 esments, que suposen un 51,44% dels articles, i un 30,21% del conjunt dels fets als partits). En justa correspondència, el PSC-PSOE se situa en segona posició (52, el 37,68 i el 22,12% respectivament). I, com a característica molt particular d'aquest diari, val a destacar que és ERC qui se situa en tercera posició quant a esments i a atenció dedicada (36, 26,08% i 15,31%), no tant per aquesta tercera plaça (que no és cosa exclusiva d'aquest rotatiu), com per la folgada distància que la separa en aquesta posició de la quarta, que, en aquest cas, és Iniciativa, amb 29 esments, un més que els del PP (28). A més, no és anecdòtic apuntar que, en el cas del protagonisme aconseguit a *El Punt* per ERC, la formació republicana no assoleix un important nombre d'esments

en clau negativa, sinó com a anivellament de protagonisme propositiu als dos grans partits, fet que no passa en gairebé cap altre dels diaris analitzats. En aquest punt, val a destacar que les tres posicions de cua (Iniciativa, PP i altres) formen un bloc força compacte. Això s'explica sobretot per les continuades referències que el diari fa a la intervenció «generosa» que José Luis Rodríguez Zapatero dedica a la campanya, així com també al fet que *El Punt* dedica un espai diari a formacions polítiques minoritàries, que no tenen representació parlamentària però que «també es presenten», tal com diu el seu paraigües de secció.

8. LA VANGUARDIA

El buc insígnia del Grupo Godó va ser, també el 2006, el diari que més cobertura mediàtica va dedicar a les eleccions catalanes. Així, amb 175 peces informatives, *La Vanguardia* va dedicar als comicis al Parlament una mitjana d'11 peces diàries, incloent-hi articles d'opinió, cròniques, columnes d'opinió, humor, cartes dels lectors, tribunes, editorials i altres gèneres propis de l'opinió en periodisme escrit. Un percentatge molt elevat de dedicació, que, en part, es justifica per l'aposta del diari de Godó per una mirada diferent del dia a dia de la campanya i que es transmet especialment a través d'una dada, a través dels 70 miradors o cròniques de color o d'ambient que van publicar-se durant aquells dies de campanya a *La Vanguardia*. Aquesta xifra (un 40% del total de les peces publicades) supera, a força distància, el nombre de columnes d'opinió, que són el següent gènere periodístic que més va utilitzar-se per part d'aquest diari, a l'hora de construir el relat mediàtic de les eleccions de l'1-N: la columna, és a dir, l'opinió raonada i de fons, de la mà de firmes habituals i consolidades en aquest diari. Van ser 40 (un 28,57%). En tercer lloc, hi havia l'article d'opinió, amb 30 peces (un 21,42%).

La gran aposta de *La Vanguardia*, doncs, a jutjar per la nostra anàlisi qualitativa i quantitativa de la seva cobertura mediàtica d'aquelles eleccions, va consistir a teixir un relat de context que embolcallés la pura activitat propositiva i de declaracions i contradecaracions dels partits. L'aposta per l'anàlisi dels protagonistes i del seu context va ser decidida. I, en això, s'hi van implicar els principals redactors i opinants del diari, començant pel propi director, José Antich, que va dedicar 8 de les seves cartes diàries a aquestes eleccions. Uns articles del màxim responsable del contingut redactor del diari, que apostaven per un «*espacio central*» i per «*gobiernos fuertes*», de manera que bé podia apuntar a una predilecció del rotatiu per un escenari de pacte CiU-PSC (sociovergència). En tot cas, aquesta deducció no es revela en absolut arriscada, si tenim en compte els dos únics editorials que el rotatiu va dedicar a la campanya, durant el període estudiat. El primer («La octava campanya») parlava d'una situació sortint de «*constante crisis interna*», amb referència a la «*experiencia fallida del gobierno tripartito*». Mentre que, en la segona («*Debates necesarios*»), apuntava que «*sería excelente que, finalmente, pudiera celebrarse un cara a cara televisivo entre Mas y Montilla, los dos únicos cabezas de lista que tienen posibilidades de ser investidos presidente*». En aquest sentit, l'editorial reblava: «*Sería*

una extraña anomalia la ausencia de esta confrontación dialéctica a dos, un formato que es muy habitual en las campañas de los países de nuestro entorno».

Així, amb tribuna diària, és del tot comprensible amb l'escenari que acabem de destacar, el fet que els cinc principals prescriptors del relat de campanya a *La Vanguardia* fossin, respectivament: Antoni Puigverd, Quim Monzó, Enric Juliana, Jordi Barbeta i Toni Batllori. L'últim, el dibuixant, pare dels «Ninots», amb un espai diari gairebé sempre obrint la primera pàgina d'informació de la secció de política. Els altres, en el cas de Monzó, també amb bitllet diari a tall de contracrònica de la peça diària que també gairebé sempre obria la secció de la mà de Jordi Barbeta. En el cas de Puigverd i de Juliana, amb les respectives mirades, en forma de columna en la major part de les ocasions. Altres destacats columnistes i redactors durant aquests dies, a *La Vanguardia*, van ser Mike Ibáñez, Joana Bonet, Queco Novell, Joaquim Roglan, Oriol Ponsatí-Murlà, Toni Soler, Víctor M. Amela, Màrius Serra, Màrius Carol, Francesc-Marc Álvaro, Alfredo Abián, Xavier Bru de Sala, M. Dolores García i Manuel Trallero.

L'esforç en el detall del dia a dia de la campanya i de tot allò que podia envoltar-la d'una manera explícita, formal i contextual va marcar clarament el biaix temàtic del conjunt de les informacions. La pròpia campanya, sens dubte, va ser la gran protagonista, i, en aquest cas, malgrat que l'efecte d'atracció del DVD Confidencial. CAT no va generar tant material informatiu com en la majoria dels altres diaris analitzats. Però, el cert és que l'activitat explícita de campanya va protagonitzar la majoria de reflexions i de continguts informatius de *La Vanguardia* durant aquest període (95 peces, un 54,28% del total). En segon lloc, a molta distància, i a la vegada també molt lluny dels temes que el segueixen, se situa el tripartit (27, el 15,42%). Aquesta, una fórmula jutjada explícitament per la línia del diari com a fracassada, va merèixer una atenció prioritària per part del rotatiu del Grupo Godó, molt per damunt dels espais dedicats als retrats dels candidats (també a través de les seves esposes), que va sumar, amb diferents i imaginatives variants d'aquest model temàtic de text, 15 peces (el 8,57% del total). Molt a prop d'aquesta tercera opció, tancaria les quatre principals línies temàtiques de les peces referides a la campanya, l'anàlisi de la situació del país (15 peces, el 8,57% del total). La mirada que la majoria de peces projectaven sobre aquest estat de la qüestió del moment polític, social i econòmic del Principat apuntava a una certa afectació per una etapa tripartida que calia esmenar amb els nous comicis i amb l'assoliment d'un govern «fort, estable» i amb capacitat per «prendre decisions» adequades.

CiU i el PSC-PSOE ocupen les dues primeres posicions destacades en el còmput general d'esments (i, per tant, de protagonisme) a les peces dedicades a les eleccions. CiU (118) i el PSC-PSOE (105) van aconseguir polaritzar clarament la campanya i, en el rotatiu del Grupo Godó molt especialment, a molta distància de la resta de formacions. CiU, per tant, va aconseguir el 30,89% de les referències a partits, mentre que va tenir presència en el 67,42% dels articles. El PSC-PSOE, per la seva banda, va assolir el 27,48% dels esments i va tenir presència en el 60% dels articles. A molta distància, Esquerra, en tercer lloc (73, amb 19,10% i 41,71%,

respectivament). Iniciativa (43, amb 11,25% i 24,57%, respectivament) va beneficiar-se del protagonisme inevitable que el tripartit va obtenir en les informacions elaborades a *La Vanguardia*, i va passar així per davant d'un PP que va encapçalar la cua de les referències (39, amb 10,20% i 22,28%, respectivament), només per davant de les escasses referències que, en conjunt, van aconseguir altres formacions com Ciutadans-Partit de la Ciutadania (4, amb 1,04% i 2,28%, respectivament).