



Qui guia el nostre vot?

La influència i el poder de la imatge
en les eleccions catalanes del 2012

Irene Muñoz López
Universitat de Girona
Setembre 2013

Qui guia el nostre vot?

La influència i el poder de la imatge en les eleccions catalanes del 2012

Irene Muñoz López

Treball Final de Grau

Universitat de Girona

Setembre 2013

ÍNDEX

<u>PLANTEJAMENT DEL TREBALL</u>	p. 17
<i>INTRODUCCIÓ</i>	p. 19
<i>CONTEXT SOCIAL I POLÍTIC</i>	p. 23
➤ L'aprovació de l'Estatut	p. 23
➤ Inici de la crisi econòmica	p. 25
➤ Mobilitzacions	p. 26
○ Moviment 15M	p. 26
○ No vull pagar	p. 26
➤ Augment de la tensió identitària	p. 27
○ Consulta per la independència	p. 27
○ Recurs del PP	p. 28
○ Manifestació 10 de Juliol	p. 28
○ Associació de Municipis per la independència	p. 29
○ Territori català lliure	p. 29
➤ L'any previ a les eleccions	p. 30
○ Manifestació 11S	p. 32
○ Pacte Fiscal	p. 34
<u>TEMA 1: PARTITS POLÍTICS I CANDIDATS</u>	p. 35
<i>HISTÒRIA I IDEOLOGIA DELS PARTITS POLÍTICS</i>	p. 37
➤ Convergència i Unió	p. 37
➤ Partit Socialista de Catalunya	p. 38
➤ Partit Popular Català	p. 38
➤ Esquerra Republicana de Catalunya	p. 39
➤ Iniciativa per Catalunya Verds	p. 40
➤ Solidaritat per la Independència	p. 41
➤ Ciutadans – Partit de la Ciutadania	p. 41
➤ Candidatura d'Unitat Popular	p. 42

➤ Convergència i Unió	p. 44
○ Estratègia	p. 44
○ Programa electoral	p. 45
○ Imatge: el cartell electoral	p. 46
○ Entrevista a Narcís Sastre	p. 47
➤ Partit Socialista de Catalunya	p. 48
○ Estratègia	p. 48
○ Programa electoral	p. 49
○ Imatge: el cartell electoral	p. 50
○ Entrevista a Marc Lamuà	p. 51
➤ Partit Popular Català	p. 52
○ Estratègia	p. 52
○ Programa electoral	p. 53
○ Imatge: el cartell electoral	p. 54
○ Entrevista a Andrea Levy	p. 55
➤ Esquerra Republicana de Catalunya	p. 56
○ Estratègia	p. 56
○ Programa electoral	p. 57
○ Imatge: el cartell electoral	p. 58
○ Entrevista a Guillem Clapés	p. 59
➤ Iniciativa per Catalunya Verds	p. 60
○ Estratègia	p. 60
○ Programa electoral	p. 61
○ Imatge: el cartell electoral	p. 62
○ Entrevista a Albert Piqué	p. 63
➤ Solidaritat Catalana per la Independència	p. 64
○ Estratègia	p. 64
○ Programa electoral	p. 65
○ Imatge: el cartell electoral	p. 66
○ Entrevista a Bruno Díaz	p. 67

➤ Ciudadans – Partit de la Ciutadania	p. 68
○ Estratègia	p. 68
○ Programa electoral	p. 69
○ Imatge: el cartell electoral	p. 70
○ Entrevista a José Manuel Villegas	p. 71
➤ Candidatura d’Unitat Popular	p. 72
○ Estratègia	p. 72
○ Programa electoral	p. 73
○ Imatge: el cartell electoral	p. 74
○ Entrevista a Biel de Montserrat	p. 75

TEMA 2: MITJANS DE COMUNICACIÓ..... p. 77

HISTÒRIA I IDEOLOGIA DELS SET DIARIS ESCOLLITS..... p. 79

➤ La Vanguardia	p. 80
➤ El Periódico de Catalunya	p. 80
➤ El País	p. 81
➤ El Punt Avui	p. 81
➤ Ara	p. 82
➤ El Mundo	p. 83
➤ ABC	p. 83

POSICIONAMENT DELS PARTITS POLÍTICS I DELS DIARIS p. 85

ANÀLISI DE LES PORTADES EL 9 DE NOVEMBRE DEL 2012..... p. 87

➤ El Mundo	p. 88
➤ ABC	p. 89
➤ Ara	p. 90
➤ El Punt Avui	p. 91
➤ El Periódico de Catalunya	p. 92
➤ La Vanguardia	p. 93
➤ El País	p. 94

<i>ANÀLISI DE LES PORTADES EL 19 DE NOVEMBRE DEL 2012</i>	p. 95
---	-------

➤ El Periódico de Catalunya	p. 96
➤ Ara	p. 97
➤ La Vanguardia	p. 98
➤ El Punt Avui	p. 99
➤ ABC	p. 100
➤ El País	p. 101
➤ El Mundo	p. 102

<i>ANÀLISI DE LES FOTOGRAFIES PUBLICADES PELS MITJANS</i>	p. 103
---	--------

➤ Convergència i Unió	p. 104
➤ Partit Socialista de Catalunya	p. 106
➤ Partit Popular Català	p. 108
➤ Esquerra Republicana de Catalunya	p. 110
➤ Iniciativa per Catalunya Verds	p. 112
➤ Solidaritat per la Independència	p. 114
➤ Ciutadans – Partit de la Ciutadania	p. 116
➤ Candidatura d’Unitat Popular	p. 118
➤ Conclusions sobre les fotografies publicades de cada candidat	p. 119

<u>TEMA 3: TREBALL DE CAMP</u>	p. 121
---	--------

<i>ENTREVISTA A PAU CANALETA</i>	p. 123
--	--------

➤ Estratègia i objectius dels partits polítics	p. 124
➤ Els Cartells electorals	p. 125
➤ Portades destacades	p. 130
➤ Fotografies publicades pels mitjans	p. 132
➤ Conclusions de l’entrevista a Pau Canaleta	p. 137

ENQUESTA	p. 139
➤ Preguntes de l'enquesta	p. 140
○ Temes tractats	p. 140
○ Cartell més recordat	p. 141
○ Cartell més destacat	p. 141
○ Cartell més popular	p. 142
○ Influència del cartell	p. 142
○ Influència del nacionalisme	p. 143
○ Canvi de vot	p. 143
○ Artur Mas	p. 144
○ Pere Navarro	p. 146
○ Alícia Sánchez Camacho	p. 148
○ Oriol Junqueras	p. 150
○ Joan Herrera	p. 152
➤ Conclusions de l'enquesta	p. 154

<u>CONCLUSIONS DEL TREBALL</u>	p. 155
➤ Context	p. 157
➤ Partits polítics	p. 157
➤ Mitjans de comunicació	p. 159
➤ Clausura	p. 161

<u>BIBLIOGRAFIA</u>	p. 163
----------------------------------	---------------

<u>WEBGRAFIA</u>	p. 167
-------------------------------	---------------

ÍNDEX IMATGES

Imatge 1: Esquema dels elements que intervenen en la comunicació Font: Elaboració pròpia a partir de nombroses investigacions	p. 20
Imatge 2: Logotip CIU. Font: <i>www.ciu.cat</i>	p. 37
Imatge 3: Logotip PSC. Font: <i>www.socialistes.cat</i>	p. 38
Imatge 4: Logotip PPC. Font: <i>www.ppcatalunya.com</i>	p. 38
Imatge 5: Logotip ERC. Font: <i>www.esquerra.cat</i>	p. 39
Imatge 6: Logotip ICV. Font: <i>www.iniciativa.cat</i>	p. 40
Imatge 7: Logotip SI. Font: <i>www.solidaritatcatalana.cat</i>	p. 41
Imatge 8: Logotip C's. Font: <i>www.ciudadanos-cs.org</i>	p. 41
Imatge 9: Logotip CUP. Font: <i>www.cup.cat</i>	p. 42
Imatge 10: Cartell electoral CiU. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 46
Imatge 11: Cartell electoral PSC. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 50
Imatge 12: Cartell electoral PPC. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 54
Imatge 13: Cartell electoral ERC. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 58
Imatge 14: Cartell electoral ICV. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 62
Imatge 15: Cartell electoral SI. Font: <i>www.pinterest.com</i>	p. 66
Imatge 16: Cartell electoral C's. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 70
Imatge 17: Cartell electoral CUP. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 74
Imatge 18: Logotip <i>La Vanguardia</i> . Font: <i>www.lavanguardia.com</i>	p. 80
Imatge 19: Logotip <i>El Periódico</i> . Font: <i>www.elperiodico.cat</i>	p. 80

Imatge 20: Logotip <i>El País</i> . Font: <i>www.elpais.com</i>	p. 81
Imatge 21: Logotip <i>El Punt Avui</i> . Font: <i>www.elpuntavui.cat</i>	p. 81
Imatge 22: Logotip <i>Ara</i> . Font: <i>www.ara.cat</i>	p. 82
Imatge 23: Logotip <i>El Mundo</i> . Font: <i>www.elmundo.es</i>	p. 83
Imatge 24: Logotip <i>ABC</i> . Font: <i>www.abc.es</i>	p. 83
Imatge 25: Gràfic posicionament dels partits polítics i dels diaris (2012). Font: Elaboració pròpia a partir dels arguments escrits en aquest treball.	p. 85
Imatge 26: Recull de les portades dels diaris seleccionats, 9 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes del web <i>www.kiosko.net</i>	p. 87
Imatge 27: Portada <i>El Mundo</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 88
Imatge 28: Portada <i>ABC</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 89
Imatge 29: Portada <i>Ara</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 90
Imatge 30: Portada <i>El Punt Avui</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 91
Imatge 31: Portada <i>El Periódico</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 92
Imatge 32: Portada <i>La Vanguardia</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 93
Imatge 33: Portada <i>El País</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 94
Imatge 34: Recull de les portades dels diaris seleccionats, 19 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes del web <i>www.kiosko.net</i>	p. 95
Imatge 35: Portada <i>El Periódico</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 96
Imatge 36: Portada <i>Ara</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 97
Imatge 37: Portada <i>La Vanguardia</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 98
Imatge 38: Portada <i>El Punt Avui</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 99

Imatge 39: Portada <i>ABC</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 100
Imatge 40: Portada <i>El País</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 101
Imatge 41: Portada <i>El Mundo</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 102
Imatge 42: Recull de les fotografies publicades d'Artur Mas pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p. 104
Imatge 43: Recull de les fotografies publicades de Pere Navarro pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p. 106
Imatge 44: Recull de les fotografies publicades de Àlícia Sánchez Camacho pels diaris seleccionats, 19 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p. 108
Imatge 45: Recull de les fotografies publicades d'Oriol Junqueras pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p. 110
Imatge 46: Recull de les fotografies publicades de Joan Herrera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p. 112
Imatge 47: Recull de les fotografies publicades d'Alfons López Tena pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p. 114
Imatge 48: Recull de les fotografies publicades d'Albert Rivera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p. 116
Imatge 49: Recull de les fotografies publicades de David Fernández pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)	p.118

Imatge 50: Cartell electoral CiU. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 125
Imatge 51: Cartell electoral PSC. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 126
Imatge 52: Cartell electoral PPC. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 126
Imatge 53: Cartell electoral ERC. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 127
Imatge 54: Cartell electoral ICV. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 127
Imatge 55: Cartell electoral SI. Font: <i>www.pinterest.com</i>	p. 127
Imatge 56: Cartell electoral C's. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 128
Imatge 57: Cartell electoral CUP. Font: <i>www.catalunyapress.cat</i>	p. 128
Imatge 58: Portada <i>ABC</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 130
Imatge 59: Portada <i>El Punt Avui</i> , 9 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 130
Imatge 60: Portada <i>La Vanguardia</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 131
Imatge 61: Portada <i>Ara</i> , 19 de novembre del 2012 Font: <i>www.kiosko.net</i>	p. 131
Imatge 62: Recull de les fotografies publicades d'Artur Mas pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius	p. 132
Imatge 63: Recull de les fotografies publicades de Pere Navarro pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius	p. 133
Imatge 64: Recull de les fotografies publicades de Àlícia Sánchez Camacho pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius.	p. 134
Imatge 65: Recull de les fotografies publicades d'Oriol Junqueras pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius	p. 135
Imatge 66: Recull de les fotografies publicades de Joan Herrera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius	p. 136

Imatge 67: Recull de les fotografies publicades d'Artur Mas, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius p. 144

Imatge 68: Recull de les fotografies publicades de Pere Navarro pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius p. 146

Imatge 69: Recull de les fotografies publicades de Alícia Sánchez Camacho pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius p. 148

Imatge 70: Recull de les fotografies publicades d'Oriol Junqueras pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius p. 150

Imatge 71: Recull de les fotografies publicades de Joan Herrera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius p. 152

Agraïm molt especialment la implicació de l'Alfons Jiménez,
que ha col·laborat per construir aquesta investigació
i que sense la seva ajuda i dedicació no hagués estat possible.

També volem deixar palès els nostre agraïment a
totes aquelles persones que han estat entrevistades
i que han col·laborat aportant la seva opinió
per a fer més verificable la informació que s'exposa
en aquest document.

PLANTEJAMENT DEL TREBALL

INTRODUCCIÓ

La influència i el poder de la imatge en les eleccions catalanes del 2012

Construcció de la imatge i del discurs polític

Aquest estudi té per objectiu conèixer el context en el que es van desenvolupar les eleccions autonòmiques del 2012, definir els partits i les seves estratègies, analitzar els seus cartells electorals, investigar els diaris més llegits a Catalunya, desgranar algunes de les seves portades i descobrir i criticar les imatges publicades dels diferents candidats.

Els mitjans de comunicació tenen la característica d'influenciar la societat. El poder d'aquests és un fet indiscutible que s'ha tractat al llarg de molts anys. S'han fet nombrosos estudis i investigacions sobre la capacitat de manipulació que poden arribar a tenir en les diferents societats segons el tipus de mitjà, la seva ideologia, l'ús que se'n faci, les característiques socials, econòmiques i polítiques del territori i la objectivitat del tracte de la informació¹.

En el context de la Catalunya del 2012, amb el país immers en una profunda crisi econòmica i després de la multitudinària manifestació "Catalunya, nou estat d'Europa", la projecció que van fer els mitjans dels diferents candidats durant la campanya electoral autonòmica va influenciar en la visió dels electors; cosa que tindrien en compte a l'hora de votar.

Tal com afirma George Lakoff en el seu llibre *No pienses en un elefante*²: "Els marcs són estructures mentals que conformen la nostra manera de veure el món". El coneixement és allò que determina els marcs de cada individu. Existeixen diverses vies d'accés al coneixement, a través de la intuïció, és a dir, de les experiències viscudes; de la tradició i sociabilització; és a dir, del que coneixem i aprenem en el nostre entorn; i d'allò que ens transmeten les autoritats o la ciència. I tot aquest coneixement configura els marcs, que són els primes a partir dels quals ens mirem la vida, i per tant, també són determinants a l'hora de definir el vot.

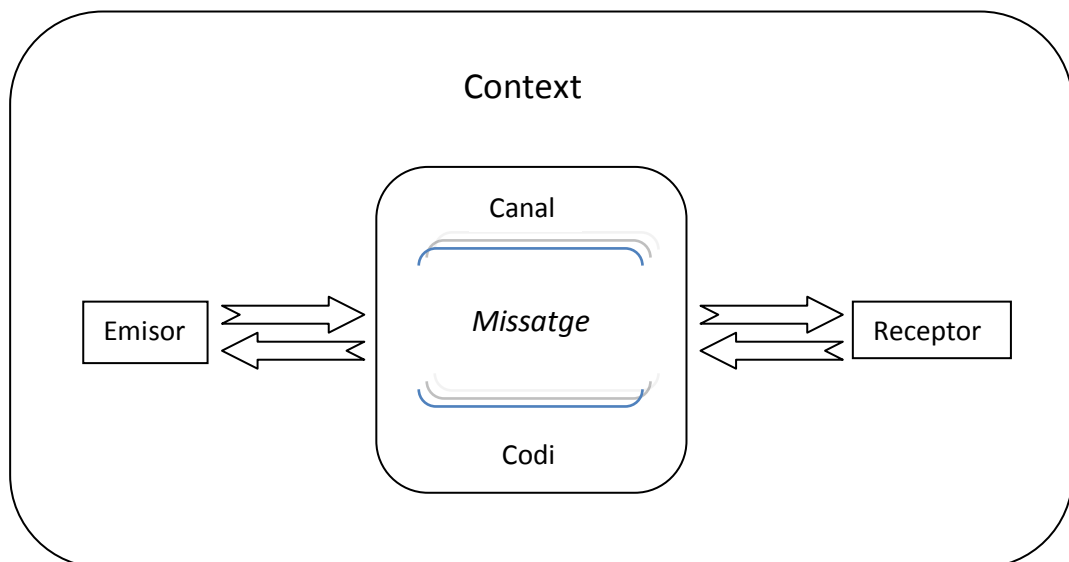
En base als marcs i al coneixement de cada individu les persones establím allò que pensem que és bo i allò que no ho és; determinem com actuem i què opinem de la manera d'actuar dels demès; entre ells, dels polítics que ens representen i han estat escollits pel poble.

¹ ANSÓN, Rafael, "El poder dels mitjans de comunicació" dins <http://ves.cat/hhT4> [consultat: 09/05/2013].

² LAKOFF, George, *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: Ed. Complutense, 2007.

Si estudiem un entorn concret en un moment determinat com es fa en aquest treball, cal tenir en compte que existeixen uns marcs similars per a tota la població. Cada individu té les seves opinions, però tot i que aquestes són diverses, es formen a partir de successos polítics, econòmics i socials que afecten i involucren a tota la societat. I aquestes són les situacions que ha de gestionar la classe política. I no només importa les decisions que prenen, sinó també com les justifiquen. Aquesta justificació és el que farà que una proposta sigui acceptada o criticada per la societat. I és aquí on entra en joc el llenguatge polític, les paraules i la comunicació no verbal.

Existeixen diversos elements que intervenen en la comunicació. En la següent imatge podrem observar d'una manera sintètica, però alhora clara, quins són aquests elements clàssics, amb els quals aquest treball elaborarà l'anàlisi de les propostes comunicatives visuals en política.



Imatge 1: Esquema dels elements que intervenen en la comunicació
Font: Elaboració pròpia a partir de nombroses investigacions

Hem de partir de la premissa que tota comunicació busca una reacció. Aquesta resposta al missatge s'anomena *feedback*, i és el que determina que percep el receptor i com respon. Cal que la causa (missatge de l'emissor) produeixi i influencii un efecte (reacció del receptor), en aquest cas, que els electors el votin.

També cal tenir clar que el què diem i com ho diem no acostuma a ser el mateix que com ho percep el nostre receptor. Al voltant d'aquest aspecte existeixen diverses investigacions i estudis que s'engloben dins de la Teoria de la recepció, que intenta definir la importància del mateix i la seva visió crítica davant del missatge.

Per una altra banda, tal com es veu en el requadre, el canal o mitjà juga un paper decisiu en la transmissió del missatge. En l'objecte d'estudi que ens ocupa van ser molts els mitjans a través dels quals es van difondre els missatges dels partits polítics i els seus candidats; però en aquest treball, ens centrarem en els principals mitjans de comunicació de la premsa escrita catalana i espanyola.

Tindrem en compte no només el missatge, sinó també el codi, que és un sistema de llenguatge i símbols que comparteixen l'emissor i el receptor. L'idioma és part del codi i és essencial per comprendre el missatge.

L'estudiós de la comunicació Albert Mehrabian, professor de psicologia de la Universitat de Califòrnia, va fer nombroses investigacions sobre els factors que influeixen en la comunicació. Gràcies als seus estudis, i s'ha confirmat en posteriors investigacions, va arribar a la següent conclusió: un 7% del que percebem davant del discurs d'una persona són les paraules que pronuncia, un 38% és el to de veu que utilitza i un 55% és el llenguatge corporal, és a dir, els gestos, la postura, la mirada, etc.

L'investigador Albert E. Scheflen³, representant de l'Escola de Palo Alto⁴, va establir una classificació més simple i va determinar que la comunicació es realitza a través del comportament verbal i del comportament no verbal.

Les paraules que s'utilitzen per expressar i transmetre el missatge, és a dir, el que es diu, responen a la part de comunicació verbal. Les paraules formen part del llenguatge del ser humà, però aquestes no només tenen un significat denotatiu, és a dir, aquell que expressa el mot segons el diccionari de la llengua pertinent; les paraules segons el context en el que s'utilitzin i qui les pronunciï, poden tenir significats connotatius, que expressin idees totalment oposades a l'objectiu que tenen per si soles. En el cas de les imatges, que són el motiu principal d'anàlisi d'aquest treball, importa allò que es fotografia o es representa, però per entendre el significat en la seva complexitat cal també tenir en compte el context i les circumstàncies.

En política, el llenguatge verbal i per tant les paraules i els discursos, són les eines i les armes dels participants. I el discurs polític, els cartells, les fotografies o els símbols són el format en el que s'expressen. En el discurs pròpiament també influeix la comunicació no verbal, que fa referència al llenguatge corporal i a tot allò que transmet una persona més enllà de les paraules; i la comunicació paraverbal, és a dir, com ho diem, el to de veu.

³ Albert E. Scheflen va escriure *Body Language and the Social Order (1972)*[consultat: 09/05/2013]

⁴ "L'interaccionisme simbòlic y l'Escuela de Palo Alto" dins <http://ves.cat/hhT6> [consultat: 10/05/2013]

Com que el nostre estudi se centra en la premsa escrita, la comunicació verbal és inexistent, però pel que fa a la comunicació no verbal, encara que no es transmet en la seva totalitat, sí que és important. Una fotografia no permet captar l'olor, els sorolls, l'agilitat dels moviments ni la utilització de l'espai; però sí que transmet informació a través de la postura, la gesticulació i l'expressió facial.

La cinèsica és la disciplina que estudia la postura, els gestos i el llenguatge dels cos. I en base a aquest enfocament teòric realitzarem aquest anàlisi. Veurem, per exemple, que en els cartells electorals la postura del candidat és un factor a tenir en compte o que en les fotografies a la premsa la gestualitat hi juga un paper important.

En l'inici d'aquesta introducció hem definit els objectius d'aquest treball, però atenent al requadre "*elements que intervenen en la comunicació*" ens quedaria per descobrir com el receptor percep i interpreta el missatge (els cartells i les fotografies publicades) i quin *feedback* té. Per això, hem realitzat un estudi il·lustratiu amb una enquesta per conèixer les interpretacions i les reaccions de cent persones i hem parlat amb experts en política, per tal de corroborar, matisar o canviar algunes de les conclusions expressades en aquest estudi. Aquesta investigació busca comprendre millor l'efecte i el poder de la imatge en la societat en la que vivim.

CONTEXT SOCIAL I POLÍTIC

Fets com la severa crisi econòmica, l'augment de les tensions entre el Govern de l'Estat i el Govern de la Generalitat, així com el nou escenari a favor de la independència i les reivindicacions de caràcter social en contra del desmantellament de l'estat del benestar, són fets d'importància notable per tal d'entendre la lògica política de les últimes eleccions. A continuació, es detallaran algunes de les circumstàncies polítiques, socials, econòmiques i culturals a tenir en compte durant els últims anys.

➤ **L'aprovació de l'Estatut de Catalunya**

L'aprovació de l'Estatut no es preveia fàcil però cal recordar la declaració del, aleshores, candidat del PSOE a la presidència del Congrés dels Diputats, José Luís Rodríguez Zapatero, on el 13 d'Octubre del 2003 va dir en un míting a la capital catalana les següents paraules: "Aprovaré la reforma del Estatut de Catalunya que aprovi el Parlament".⁵

El 30 de setembre del 2005 es va aprovar provisionalment al Parlament de Catalunya el nou Estatut d'Autonomia amb els vots favorables de CIU, PSC, ERC i ICV, que donaven a la proposta el suport del 88,8% del Parlament català.

Tres dies després, quan es va presentar el nou Estatut al Congrés dels Diputats, el Partit Popular va presentar un recurs d'inconstitucionalitat⁶. El Tribunal Constitucional però, ho va desestimar, perquè no era possible dictaminar quan la nova llei encara no s'havia aprovat de manera definitiva. Més tard el Partit Popular va iniciar una campanya publicitària en contra l'Estatut, que tenia com a eix articulador una recollida de firmes⁷ a diferents ciutats espanyoles.

Al Congrés de Diputats, la Generalitat i l'Estat van constituir una comissió per negociar el document presentat. El procés d'entesa va ser difícil però malgrat tot, el gener del 2006, es va arribar a un acord⁸

⁵ "Zapatero promet donar suport la reforma de l'Estatut que aprovi el Parlament" dins <http://ves.cat/hhT7> [Madrid], (14 de novembre del 2003) [consultat: 5/03/2013]

⁶ "El grup Popular reclama la recuperació del recurs previ d'inconstitucionalitat pels estatuts d'autonomia" dins <http://ves.cat/hhT9> [Madrid], (23 de novembre del 2009) [consultat: 20 de març de 2013]

⁷ "Rajoy presenta 4 milions de firmes pel referèndum sobre l'Estatut" dins <http://ves.cat/hhTb> [Madrid], (25 d'abril del 2006) [consultat: 20 de març de 2013]

⁸ "El govern arriba a un acord 'global' amb CIU sobre l'Estatut de Catalunya" dins <http://ves.cat/hhT-> [Madrid], (22 de gener del 2006) [consultat: 20/03/2013]

entre el líder de CIU, Artur Mas, i el president del Govern espanyol, José Luís Rodríguez Zapatero (PSOE), on s'aprovava un Estatut retallat i modificat respecte el que s'havia aprovat al Parlament de Catalunya.

En una entrevista concedida pel que aleshores era Conseller primer de la Generalitat de Catalunya, Josep Bargalló (ERC), publicada al gener del 2006, a la publicació mensual d'ERC, Esquerra Nacional, va fer la següent declaració⁹: “Mas i Duran han demostrat que prioritzen interessos personals, partidistes i de certs empresaris als interessos nacionals. I han demostrat, també, que estan absolutament espantats davant el futur d'un nou catalanisme emergent, plural, de progrés, obert, modern, il·lusionat... Ni nació, ni finançament correcte, ni totes les competències necessàries. En qualsevol cas, tal com està ara l'Estatut, que encara s'està negociant, per a ERC no hi ha altra posició que la de la contrària a l'acord”.

El text es portà al Congrés dels Diputats, on després d'una complexa negociació i de retocar més del 50% dels articles, el 30 març del 2006 s'aprovà l'Estatut d'autonomia de Catalunya. El 10 de maig del 2006 el text fou aprovat al Senat. Quan la proposta de l'Estatut es va votar per la seva aprovació al Congrés, ERC hi va votar en contra ja que considerava que s'havia retallat massa. També va mostrar la seva negativa en l'aprovació del text al Senat.

L'oposició d'Esquerra Republicana a l'Estatut pactat a Madrid, va suposar la ruptura definitiva del Govern del tripartit. I l'endemà de la votació el president de la Generalitat, Pasqual Maragall, va demanar la cessació de tots els consellers d'ERC de la Generalitat¹⁰. La ruptura del tripartit va significar l'inici d'una crisi política que derivaria en la convocatòria d'eleccions abans de finalitzar el 2006.

Un mes després es va realitzar el darrer pas per l'aprovació de l'Estatut, consistent en un referèndum a la ciutadania de Catalunya. Aquest últim procés era necessari per l'aprovació del document segons s'establia en l'article 56 del darrer Estatut d'autonomia de Catalunya aprovat l'any 1979.

ERC va demanar el no¹¹ al nou Estatut, ja que considerava que les modificacions que s'havien fet en el text afectaven a aspectes fonamentals. Amb una participació de 49% , un 73'9% dels electors va donar suport a la proposta d'aprovació en referèndum¹². I el 9 d'agost del 2006 l'Estatut va entrar en vigor.

⁹ “Tal com està ara l'acord estatuari, ERC n'és contrària” dins <http://ves.cat/hhUa> [Barcelona], (gener – febrer del 2006) [consultat: 05/03/2013]

¹⁰ “Maragall cessa els consellers d'ERC i anuncia la convocatòria d'eleccions abans de finalitzar l'any” dins <http://ves.cat/hhUc> [Barcelona], (1 de juny del 2006) [consultat: 21/03/2013]

¹¹ “Carod demana el “no” a un Estatut “desfigurat” i recorda que ERC és l'únic partit que ha defensat el del Parlament” dins <http://ves.cat/hhUd> [Barcelona], (2 de juny del 2006) [consultat: 21/03/2013]

¹² “L'estatut, aprovat per àmplia majoria i amb una baixa participació” dins <http://ves.cat/hhUe> [Barcelona], (18 de juny del 2006) [consultat: 21/03/2013]

➤ Inici de la crisi econòmica

L'any 2008 esclata la crisi econòmica. Les conseqüències de l'especulació financera, la bombolla immobiliària, el frau fiscal i la paràlització de la banca, gran part de la qual en fallida per falta de liquiditat i incapaç de concedir crèdits, ocasionen la paràlització dels mercats.

Aquesta forta crisi, tot i tenir inicialment un caràcter econòmic ha derivat en una profunda crisi social¹³. L'economia s'ha frenat i el consum ha baixat, han empitjorat les condicions laborals per als treballadors, les llistes de l'atur segueixen augmentant sense tocar sostre, s'han baixat els salaris i cada cop augmenta més el percentatge de la població que es troba en el llindar de la pobresa i fora del mercat de treball.

Al llarg del 2008 es publiquen dades sobre el deteriorament de l'economia espanyola, la inflació es dispara, les llistes de l'atur van en augment, disminueix el consum, la compra de cases i pisos i la recaptació del Govern es paralitza, fet que comporta una tendència a l'alça de l'endeutament.

El Ministre d'Economia i Hisenda, Pedro Solbes, declara¹⁴ que veu "enormement exagerat" dir que Espanya està en crisi. I el president Zapatero ho nega amb contundència.

Amb el temps, el Govern central comença a parlar de desacceleració, però no de crisi. I a mesura que es coneixen noves dades sobre la recessió econòmica del país, el president del Govern ha d'anar acceptant que l'Estat té problemes econòmics greus.

Els preus del petroli i dels productes de consum bàsic augmenten, la concessió de crèdits dels bancs per a les hipoteques es frena i cada cop hi ha més gent que es queda sense feina. La població veu que les seves condicions empitjoren mentre que el Govern no acaba d'acceptar la dificultat del moment.

El juny del 2008 el president del Govern anuncia un "pla d'austeritat" per tal de superar les sèries dificultats que afecten l'economia espanyola i permetre un estalvi de 250 milions d'euros. Però aquestes mesures que suposen un estalvi per l'Estat, també comporten un empobriment dels ciutadans.

No és fins el 8 de juliol del 2008 que el president espanyol anomena per primera vegada la paraula crisi¹⁵ i ho fa en una entrevista a la cadena televisiva Antena 3.

¹³ "Efectes socials de la crisi. Una avaluació a partir del Baròmetre social d'Espanya" dins <http://ves.cat/hhUg> [Madrid], (2011) [consultat: 5/03/2013]

¹⁴ "Solbes creu "enormement exagerat" parlar de crisi econòmica" dins <http://ves.cat/hhUh> [Madrid], (30 de maig del 2008) [consultat: 05/03/2013]

La població es troba immersa en una crisi econòmica de la qual no se sent responsable i pateix de forma directe les reformes i retallades d'un Govern desacreditat.

➤ **Mobilitzacions**

En un ambient de desesperança per a les generacions presents i futures, el malestar de la població pren cada cop més força amb multituds de mobilitzacions ciutadanes que exigeixen una renovació democràtica i una modificació del model econòmic.

Moviment 15M

El maig del 2011 nasqué el moviment anomenat 15-M o Moviment dels Indignats. Aquesta iniciativa ciutadana va néixer arran d'una sèrie de manifestacions pacífiques i reivindicatives que buscaven donar veu a la població per cercar alternatives a les retallades socials i a la decaiguda que patien els drets i el nivell de vida dels ciutadans i treballadors. Es van realitzar acampades a les places de la majoria de ciutats espanyoles com a mètode de protesta permanent i les manifestacions es van estendre durant més d'un any. Aquest moviment nascut de la unió social es considera apartidista, horitzontal i pacífic.

En l'actualitat, el Moviment 15-M es descriu en el seu web¹⁶ com: “una plataforma que busca ajudar a coordinar accions globals i comuns conjuntament amb totes aquelles associacions, grups i moviments ciutadans que, a través de diverses vies, estan intentant contribuir a que la situació actual canviï”.

“No Vull Pagar”

El març del 2012 per iniciativa d'un ciutadà català, Josep Casadellà, es va iniciar la campanya social anomenada: “No vull pagar”. En aquesta iniciativa el senyor Casadellà va decidir començar a no pagar els peatges, en va fer un vídeo i el va penjar al youtube¹⁷. La proposta es va estendre ràpidament per les xarxes socials i diversos ciutadans el van imitar i van començar a penjar més vídeos de les seves experiències. Al cap de pocs dies es va formar la plataforma ciutadana “No Vull Pagar” que a través del seu web¹⁸ ofereix tota la informació sobre la campanya i un servei de consultes legals que ajuda al ciutadà a l'hora actuar i de

¹⁵ “Zapatero parla finalment de ‘crisi’ i diu que a l'economia és ‘al que més temps’ dedica” dins <http://ves.cat/hhUi> [Madrid], (9 de Juliol del 2008) [consultat: 05/03/2013]

¹⁶ “Qui som” <http://ves.cat/hhUk> [Madrid], [consultat: 19/02/2013]

¹⁷ “AP-7 No vull pagar” dins <http://ves.cat/a-jx> [Catalunya], (Març del 2012) [consultat: 8/03/2013]

¹⁸ www.novullpagar.cat [consultat: 8/03/2013]

reclamar la denúncia. Aquesta plataforma va demanar el suport ciutadà i dels partits polítics. Solidaritat Catalana per la independència, Esquerra Republicana de Catalunya i la Candidatura d'Unitat Popular es van adherir a la iniciativa.

L'argument que va donar el propulsor de la campanya en la seva primera negativa de pagar era el següent: "Penso que és injust el fet de pagar. Hi ha una discriminació ja que a Madrid no estan pagant i nosaltres si que ho hem de fer, per tant fins que ells no paguin o tots deixem de pagar jo en principi no penso pagar".

En el web els arguments de la proposta s'amplien explicant que les concessions de les autopistes van finalitzar fa anys i que a Catalunya hi ha més autopistes de peatges que de gratuïtes, mentre que a Espanya és al revés.

L'empresa propietària dels peatges, Abertis, es va trobar amb un buit legal que només permetia multar els vehicles que no paressin en el peatge però no als que no paguessin.

Tot i que el Servei Català de Transít va enviar multes a gran part dels que havien participat en la campanya, la majoria de multes no es van arribar a cobrar.

La plataforma "No Vull Pagar" va promoure diverses concentracions als peatges catalans que van obligar a aixecar les barreres per fer fluir la congregació de cotxes. L'empresa va perdre milers d'euros a causa de la iniciativa.

A partir del gener del 2013, la normativa es va modificar de manera que actualment és sancionable no pagar un peatge.

➤ **Augment de la tensió identitària**

Consulta per la independència

En el camp de les reivindicacions independentistes catalanes cal destacar que el setembre del 2009 una moció presentada per la CUP (Candidatura d'Unitat Popular) al poble d'Arenys de Munt, va permetre realitzar la primera consulta sobre la independència de Catalunya. Aquest fet, tot i no tenir caràcter oficial ni vàlida legal, va obtenir una àmplia participació i un gran suport. La pregunta que es plantejava va ser la següent: "Està d'acord que Catalunya esdevingui un Estat de dret, independent, democràtic i social, integrat a la Unió Europea?".

Aquesta iniciativa va derivar en un conjunt de consultes que es van realitzar a 554 municipis de Catalunya¹⁹ entre el setembre del 2009 i l'abril del 2011. Alguns d'aquest pobles i ciutats van ser: Esparraguera, Sabadell, Puigcerdà, Gavà, Barcelona, Girona, Tarragona i l'Ametlla de Mar. Aproximadament en el 90% de municipis on es realitzà la consulta va guanyar un rotund "sí".

Recurs PP

El 28 de Juny del 2010 el Tribunal Constitucional resol el recurs presentat pel PP²⁰ i declara que catorze articles de l'Estatut d'autonomia aprovat el juny del 2006 són inconstitucionals i subratlla que el castellà ha de tenir la mateixa utilització que el català a les escoles.

Manifestació 10 de Juliol

A Catalunya en resposta a aquesta resolució es va convocar una manifestació pel 10 de juliol del mateix any. Aquesta comptava amb el suport de la majoria de partits polítics, CCOO, la UGT i mil sis-centes entitats. La manifestació va estar encapçalada pel president de la Generalitat, José Montilla, i els expresidents catalans Pasqual Maragall i Jordi Pujol, entre moltes altres personalitats de la política catalana. Entre un milió i un milió i mig de persones van participar en la multitudinària manifestació en contra de la sentència de l'Estatut sota una pancarta gegant que titulava: "Som una nació. Nosaltres decidim". Aquesta va ser la manifestació més multitudinària que s'havia fet mai a Catalunya²¹.

Tot i que la manifestació va ser convocada per mostrar l'oposició a la sentència del Tribunal Constitucional, es va convertir en la reivindicació identitària on predominaven els càntics independentistes i les estelades. El poble va respondre a l'òrgan de màxima autoritat en defensa de la Constitució espanyola. La gran afluència de manifestants va desbordar les previsions dels organitzadors, les parades de metro es van col·lapsar i la mobilització amb prou feines avançava.

Aquesta reivindicació també va arribar a les ambaixades espanyoles de diverses ciutats del món, on catalans que han emigrat defensaven la seva postura.

¹⁹ "Tot sobre la consulta per la independència" dins <http://ves.cat/hhUm> [Barcelona], [consultat:21/02/2013]

²⁰ "El TC dicta sentència per l'Estatut" dins <http://ves.cat/hhUn> [Barcelona], (15 d'abril del 2010) [consultat: 01/03/2013]

²¹ "Un milió de persones inunden Barcelona en una històrica manifestació de rebuig a la sentència contra l'Estatut" dins <http://ves.cat/hhUo> [Barcelona], (10 de juliol del 2010) [consultat: 07/03/2013]

En els mitjans de comunicació catalans es va fer un gran ressò i seguiment de la multitudinària manifestació. Però tant des dels mitjans espanyols com des del propi Govern central es va minimitzar la importància de la reivindicació.

Pel que fa a la premsa internacional, diaris d'Argentina, Àustria, Eslovènia, Estats Units, França, Gran Bretanya²², Índia, Irlanda i Grècia entre d'altres, van publicar notícies sobre la manifestació en l'apartat internacional. Personalitats i polítics de diversos països es van pronunciar donant suport a la reivindicació.

Els catalans que es van mobilitzar no ho feien únicament per reivindicar-se contra el nou atac; una suma d'esdeveniments, situacions i provocacions havien col·laborat en l'augment del nacionalisme català i l'oposició a una Espanya autoritària i opressora. La mala imatge que oferien els mitjans de comunicació espanyols, els continus atacs a la llengua i cultura catalana i els permanents intents de centralització de l'Estat van donar força a un sentiment d'autodeterminació, autogovern i, en especial, independentista.

I la postura adoptada pel Govern central de minimitzar i treure importància a l'assumpte encara molestava més als catalans, que veien com el poder es debilitava.

Associació de Municipis per la Independència

El desembre del 2011 a la ciutat de Vic es va constituir l'Associació de Municipis per la Independència²³ com a resultat de les consultes per la independència realitzades a part del territori català.

Aquesta és una organització formada per més de 600 municipis, institucions i entitats locals catalanes que té com a objectiu aconseguir la creació d'un estat propi per Catalunya, dins del marc de la Unió Europea. Per tal de que un ajuntament, consell comarcal o diputació entri a formar part d'aquesta organització cal que s'aprovi per majoria absoluta en una sessió plenària.

Territori català lliure

El 3 de setembre del 2012 l'Ajuntament de Sant Pere de Torelló aprovà per votació dels seus regidors declarar el poble Territori Català Lliure²⁴.

²² "Manifestants catalans es concentren per demanar una major autonomia dins d'Espanya" dins <http://ves.cat/aXdQ> [Londres], (10 de juliol del 2010) [consultat: 07/03/2013]

²³ www.municipisindependencia.cat [consultat: 21/02/2013]

²⁴ "Sant Pere de Torelló es declara "territori català lliure" i insta el Parlament a assumir la sobirania nacional" dins <http://ves.cat/hhUr> [Barcelona], (3 de setembre del 2012) [consultat: 21/02/2013]

Segons el municipi propulsor de la iniciativa, un poble, ciutat, comarca o diputació declarat territori català lliure, és aquell que segueix de manera provisional la legislació espanyola, a l'espera que el Govern de la Generalitat i el Parlament de Catalunya assumeixin la sobirania nacional mitjançant la proclamació d'un nou Estat.

Abans de finalitzar el 2012 ja eren gairebé 200 els municipis declarats Territori Català Lliure²⁵.

➤ L'any previ a les eleccions

El 20 de novembre del 2011 van tenir lloc les eleccions generals, i tal com es preveia, va guanyar el canvi. El Partit Popular obtenia la majoria absoluta²⁶. El sortint Govern socialista, després de 8 anys de governança perdia les eleccions d'una manera rotunda.

La crisi financera, immobiliària i especulativa inicialment amagada pel Partit Socialista i l'agressiva campanya del Partit Popular van canviar l'espectre polític del Govern central cap un camí indefinit.

L'actual política del Govern d'Espanya, obsessionada per pagar el deute de la banca privada i l'aprimament del deute públic, justificant així una nova recentralització política i econòmica d'Espanya ha deixat sense recursos al Govern de la Generalitat i ha afectat les seves polítiques socials, educatives, mèdiques, d'infraestructures i d'ajuda a la regeneració econòmica.

El gener del 2012 el president Mariano Rajoy atribueix el dèficit a les autonomies, cosa que no agrada gens ni al Govern ni a la població catalana, perquè amaga una amenaça silenciada de recentralització política. A més, mentre pugen les taxes i els preus, i augmenten les retallades, es destapen nous casos de corrupció i de frau fiscal. El malestar augmenta amb la reforma laboral, que és una de les propostes del Govern central més criticades a l'Estat.

El Govern català està en crisi i l'Estat també. El 29 de febrer del 2012, es publica a la premsa que la Generalitat catalana té deutes milionaris amb proveïdors i amb entitats socials²⁷. I mentrestant, el Govern central pressiona a les autonomies perquè segueixin retallant.

²⁵ "Tots els municipis declarats territori català, lliure i sobirà" dins <http://ves.cat/bXfg> [Barcelona], (25 de desembre del 2012) [consultat: 21/02/2013]

²⁶ "Resultat de les eleccions 20N" dins <http://ves.cat/hhUt> [Barcelona], (12 de novembre del 2011) [consultat: 21/02/2013]

El març del 2012 ressorgeix el conflicte legal sobre el dret d'escolarització en castellà dels alumnes residents a Catalunya. El TSJC dona l'aval al TC i permet excepcions en la llengua d'escolarització per aquelles famílies que ho sol·licitin.

En aquest context el Govern de Convergència i Unió desvia l'atenció de les retallades buscant complir una de les promeses electorals: aconseguir establir un nou Pacte Fiscal amb el Govern central. A finals de març del 2012 el Govern d'Artur Mas anuncia el seu ferm propòsit d'assolir aquest objectiu.

Però la crisi segueix empitjorant i les retallades arriben a la sanitat i a l'educació. El 29 de març del 2012 té lloc la primera vaga general contra el Govern de Rajoy²⁸.

Per tal de potenciar l'estalvi, el Govern central anuncia el seu objectiu de recentralitzar el poder. I el Govern català accelera el procés per aconseguir el Pacte Fiscal.

Mentre la població es reivindica contra els governants, aquests s'acusen els uns als altres. La Generalitat se sent ofegada per les pressions econòmiques de Madrid. I mentrestant el Govern central està pressionat per l'Eurogrup, que exigeix les retallades i la devolució del crèdit de la banca espanyola instant a la reducció de la despesa pública.

Immersos en la profunda crisi econòmica, i amb un entorn social que sembla haver retrocedit en el temps, el model d'immersió lingüística va rebre un nou atac per part del Tribunal Suprem, quan va imposar la utilització del castellà com a llengua vehicular en l'etapa de l'educació infantil. Però el president de la Generalitat va anunciar que el model d'immersió lingüística es seguiria aplicant tal com fins aleshores i es va negar a aplicar la sentència.

El Govern central segueix castigant a les autonomies, i a finals de Juliol del 2012, la Generalitat anuncia que demanarà ajut al fons de liquiditat de les autonomies. Aquest fet irrita a la població catalana que, tot i haver estat durant anys una de les principals comunitats autònomes productores de ingressos, és la primera que haurà de ser rescatada. Les protestes continuen a peu de carrer.

A finals de juliol el Ministeri de Foment anuncia un augment en el preu dels peatges, cosa que encara molesta més als catalans, atès que són els que més paguen per aquest servei i no existeixen alternatives decents.

²⁷ "El Govern deu 6.500 milions als proveïdors i 709 a les entitats socials" dins <http://ves.cat/hhUu> [Barcelona], (28 de febrer del 2012) [consultat: 22/02/2013]

²⁸ "Vaga general 29M" dins <http://ves.cat/hhUv> [Madrid], (30 de març del 2012) [consultat: 22/02/2013]

La baralla política continua entre les conselleries i els ministeris per defensar diferents interessos. La tensió entre Catalunya i Madrid segueix augmentant.

Mentre els catalanistes parlen amb optimisme d'una gestió pròpia dels diners generats a Catalunya, el PP inicia el seu discurs de la por. Soraya Saénz de Santamaría (portaveu del Govern d'Espanya) vincula el debat de la independència amb la pèrdua de llocs de treball i d'inversions²⁹.

A principis de setembre el Partit Popular en el Govern de l'Estat aplica la pujada d'IVA, en contradicció amb el que havia afirmat que mai no faria.

Manifestació 11-S

A principi d'agost, el president de la Generalitat demana a la població catalana que surti al carrer a pronunciar-se en la diada de l'11 de Setembre. Mentrestant, l'etern debat sobre l'autonomia augmenta l'ambient de crispació de la societat catalana.

A fi de no atendre cap tipus de reivindicació provinent del catalanisme, Rajoy defensa que el Pacte Fiscal i l'Estat propi són temes que ara no són prioritaris.

La indignació del poble català havia anat creixent en els darrers anys i la diada nacional de Catalunya es plantejava com una gran jornada reivindicativa d'un poble que defensava els seus drets.

Els mitjans de comunicació anunciaven una participació històrica en la manifestació del 11 de setembre a Barcelona. I les previsions no van fallar.

Tot i el bany de xifres habitual en les manifestacions, es va determinar que un milió i mig de persones s'havien congregat a Barcelona per participar en una manifestació rere el lema: "Catalunya, nou Estat d'Europa"³⁰.

Aquesta manifestació no va destacar únicament per la històrica participació, sinó també pel crit independentista dels catalans, que no s'havia pronunciat abans amb tanta força. La mobilització va ser de caràcter familiar, gent de totes les edats, sexes i orígens van participar en una festiva i pacífica reivindicació inundada de senyeres i estelades. El crit a la independència va ser clar i unànime.

²⁹ "El Govern adverteix que una deriva independentista a Catalunya allunyaria la inversió estrangera" dins <http://ves.cat/hhUw> [Barcelona], (24 d'agost del 2012) [consultat: 22/08/2013]

³⁰ "Catalunya clama per la independència" dins <http://ves.cat/hhUy> [Barcelona], (12 de setembre del 2012) [consultat: 07/03/2013]

Entre els centenars de pancartes que es podien llegir hi figuraven les següents:

- *Potser calia que el camí fos llarg però no etern*
- *Catalonia is not Spain*
- *Ni Pacte Fiscal ni hòsties, independència.*
- *La propera retallada... CAT*
- *Ara és l'hora dels segadors*
- *Re-evolució catalana*
- *Adéu Espanya*

La manifestació va tenir una contundent banda sonora, el clam a la independència³¹. Els crits de *in-inde-independència!* van ser permanentment entonats durant la tarda del 11 de setembre.

La manifestació va superar totes les previsions, més de mil autocars van portar manifestants a la capital catalana, i fins i tot es van contractar trens per facilitar els desplaçaments.

Aquella manifestació no va deixar indiferent a ningú, els mitjans internacionals en van fer ressò i el conflicte català es va difondre pel món com mai abans ho havia fet.

Però des del Govern central, un cop més, es va restar importància a les reivindicacions del poble català.

La manifestació va ser el titular de tots els mitjans de comunicació catalans, que en van fer una gran cobertura i en dedicaren un bon temps i espai. Pel que fa als mitjans d'àmbit espanyol la notícia ocupava la majoria de portades. Però cal destacar l'actuació de Televisió Espanyola que va cometre l'error que més tard reconeixeria, de relegar la notícia al cinquè lloc de l'escaleta³².

El president Mas va fer una crida per una manifestació en defensa del Pacte Fiscal i es va trobar amb un clam a la independència.

³¹ "La gran manifestació de la Diada: el poble crida" dins <http://ves.cat/hhUz> [Barcelona], (12 de setembre del 2012) [consultat: 07/03/2013]

³² "TVE entona el 'mea culpa' per la notícia de la Diada: 'Va ser un error de valoració i ho reconeixem'" dins <http://ves.cat/bli1> [Madrid], (12 de setembre del 2012) [consultat: 07/03/2013]

Pacte Fiscal

El 20 de Setembre va tenir lloc l'esperada reunió entre Mas i Rajoy per debatre sobre la proposta catalana del Pacte Fiscal. La reunió, com era d'esperar, es va resoldre amb una negativa rotunda del president Rajoy.

Això no va agradar i el president Mas va anunciar en roda de premsa que prendrien mesures³³.

El dia 25 del mateix mes, en el debat de política general, Artur Mas va explicar que el Pacte Fiscal havia arribat a una punt sense sortida, així que el Govern havia decidit convocar eleccions pel 25 de Novembre del 2012.

El president va justificar aquesta decisió principalment amb dos arguments³⁴.

El primer era respondre al clam que havia fet el poble de Catalunya als carrers de Barcelona el 11 de setembre, i traslladar-lo d'aquesta manera a les urnes.

Per una altre banda, el president va explicar que el fracàs del Pacte Fiscal suposava el fracàs d'un dels principals propòsits del Govern català per a la legislatura en curs. Així doncs, considerava que calia convocar eleccions perquè els partits polítics poguessin incloure nous objectius pel que fa a l'autonomia de Catalunya. "En situacions excepcionals, decisions excepcionals", aquesta va ser la declaració del president que més ressò va tenir en els mitjans.

³³ "Artur Mas després del 'no' de Rajoy: 'La setmana que ve prendrem decisions'" dins <http://ves.cat/hhUx> [Madrid], (20 de setembre del 2012) [consultat: 22/02/2013]

³⁴ "Mas convoca eleccions anticipades el 25N i diu que 'és l'hora del dret a l'autodeterminació'" dins <http://ves.cat/hhUA> [Barcelona], (2 d'octubre del 2012) [consultat: 07/03/2013]

TEMA 1

PARTITS POLÍTICS I

CANDIDATS

HISTÒRIA I IDEOLOGIA DELS PARTITS POLÍTICS

Per entendre les eleccions del 25 de Novembre del 2012 és necessari conèixer els principals partits que s'hi van presentar. Set partits polítics tenien representació parlamentària quan es van celebrar les eleccions: Convergència i Unió, Partit Socialista de Catalunya, Partit Popular Català, Esquerra Republicana de Catalunya, Iniciativa per Catalunya - Verds, Solidaritat per la Independència i Ciutadans - Partit de la Ciutadania; però després d'aquestes, va sortir-ne *Solidaritat per la Independència* i va entrar-ne la Candidatura d'Unitat Popular. Sent així, hem decidit basar la nostra investigació en els vuit partits anomenats, cosa que permet conèixer amb amplitud les influències i opcions que tenien els ciutadans. A continuació farem un breu repàs de la història i ideologia d'aquests partits en funció de la representació parlamentària que tenien fins aleshores.

➤ Convergència i Unió (CIU)



Imatge 2: Logotip CIU
Font: www.ciu.cat

Convergència i Unió³⁵ és un partit que va néixer el setembre del 1978, fruit d'un acord entre Convergència Democràtica de Catalunya (CDC) i Unió Democràtica de Catalunya (UDC).

Aquest partit ha tingut molta força a Catalunya des de la seva constitució. Des de l'any 1980 fins el 2003, el seu líder històric, Jordi Pujol, ha estat el president de la Generalitat de Catalunya. I tot i que en els següents anys va governar una coalició de partits d'esquerres (PSC, ERC i ICV); en el 2010 CiU van recuperar el suport electoral i

va esdevenir president Artur Mas³⁶; qui és el cap de llista de Convergència i Unió des del 2001, i candidat a la presidència en aquestes eleccions.

La seva presència en el Congrés dels Diputats també ha estat notòria ja que ha esdevingut la tercera i/o quarta força política de l'Estat. A nivell local, també ha governat en un gran nombre de municipis.

Es considera un partit catalanista de centredreta, on una part dels membres tenen característiques socialdemòcrates i liberals (CDC) i l'altra part cristianes i conservadores (UDC).

³⁵ www.ciu.cat [consultat: 24/02/2013]

³⁶ www.arturmas.cat [consultat: 24/02/2013]

➤ **Partit Socialista de Catalunya** (PSC)

El Partit Socialista de Catalunya³⁷ es va fundar el juliol del 1978. Fins aleshores el socialisme català sempre havia estat dividit, així que la unificació va suposar la creació d'un partit polític que representaria a un ampli sector de la societat. Un pacte entre Convergència Socialista de Catalunya, Reagrupament Socialista i el Partit Socialista



Imatge 3: Logotip PSC
Font: www.socialistes.cat

Obrer Espanyol va acordar la presentació d'una candidatura conjunta en les eleccions autonòmiques. El PSC es defineix com un partit sobirà federat al PSOE. És un partit autònom que participa en els òrgans federals del PSOE.

El PSC va governar la Generalitat amb coalició amb ERC i ICV des del 2003 fins al 2010, primer amb Pasqual Maragall al capdavant i després amb José Montilla. A nivell local, el PSC ha governat durant molts anys els ajuntaments de diversos municipis i ciutats importants de Catalunya, entre elles Barcelona.

Es considera un partit de centre esquerra i d'ideologia socialdemòcrata. Defensen que el seu partit treballa en base als valors de la llibertat, la igualtat i la solidaritat. Busquen assegurar la plenitud individual i el benestar col·lectiu de la societat. Volen una societat on ningú es senti discriminat per l'origen social, la ètnia, el sexe, l'orientació sexual, la religió o les idees polítiques.

Des del desembre del 2011 Pere Navarro³⁸ és el primer secretari del PSC i candidat en aquestes eleccions.

➤ **Partit Popular Català** (PPC)



El Partit Popular Català³⁹ és la federació del Partit Popular a Catalunya. El partit va ser fundat el gener del 1989 per part dels dirigents de l'*Alianza Popular*⁴⁰.

Aquesta formació política no ha governat mai la Generalitat de Catalunya però sí que ho ha fet en un reduït nombre de municipis de la comunitat autònoma.

Imatge 4: Logotip PPC
Font: www.ppcatalunya.com

El Partit Popular espanyol ha tingut al llarg de la seva història molt poder en l'Estat.

³⁷ www.socialistes.cat [consultat: 24/02/2013]

³⁸ "Pere Navarro i Modera" dins <http://ves.cat/hhUE> [Barcelona], [consultat: 24/02/2013]

³⁹ www.ppcatalunya.com [consultat: 24/02/2013]

⁴⁰ "Aliança Popular/Partit popular" dins <http://ves.cat/hhUF> [Madrid], [consultat: 24/02/2013]

Aquesta formació ha governat durant molts anys en el Govern central i també ho ha fet en un gran nombre de comunitats autònomes i municipis.

És un partit de centredreta, constitucionalista i conservador. Aquesta formació sempre s'ha posicionat a favor del centralisme espanyol i s'ha oposat al referèndum sobre el dret a decidir dels catalans així com a la majoria d'iniciatives catalanistes i independentistes.

Actualment, el partit està dirigit per Alícia Sánchez Camacho⁴¹, qui des del juliol del 2008 n'és la presidenta i candidata pel PPC tant en les eleccions del 2010 com en les del 2012.

➤ **Esquerra Republicana de Catalunya** (ERC)

Esquerra Republicana de Catalunya⁴² va ser fundada l'any 1931 mitjançant la unió de tres organitzacions: l'Estat Català de Francesc Macià, el Partit Republicà Català de Lluís Companys, i el grup de l'Opinió de Joan Lluhí.



Imatge 5: Logotip ERC
Font: www.esquerra.cat

L'abril del 1931 ERC va guanyar les eleccions municipals del principat i Francesc Macià va proclamar la República Catalana. El partit té molta força a Catalunya durant la II República, primer amb Francesc Macià i després amb el seu predecessor Lluís Companys. Però amb la guerra civil molts militants són empresonats i altres han de fugir a l'exili. Acabada la Guerra Civil el president Lluís Companys és afusellat pels franquistes. Més tard, Josep Tarradellas es convertirà en el seu successor com a President de la Generalitat a l'exili i també com a President de la Generalitat en el primer govern de la recuperada democràcia postfranquista.

En els anys posteriors a la guerra ERC des de la clandestinitat manté la seva pròpia lluita antifranquista. Quan es restaura la democràcia i el sistema electoral, després de la mort del general Francisco Franco, ERC torna a participar en les eleccions. Però mai més recupera el pes que havia tingut abans de la guerra civil.

ERC va governar la Generalitat amb coalició amb el PSC i ICV entre el 2003 i el 2010.

Pel que fa a la seva ideologia, ERC és una formació d'esquerres que defensa la independència de Catalunya i la creació d'una república dels Països Catalans. Són partidaris d'aconseguir l'autodeterminació de Catalunya d'una forma pacífica. Alguns dels seus principis són la defensa dels drets de les persones i ciutadans, la

⁴¹ "Alícia Sánchez Camacho" dins <http://ves.cat/anbd> [Barcelona], [consultat: 24/02/2013]

⁴² www.esquerra.cat [consultat: 24/02/2013]

socialització de la riquesa, el dret de vaga, la defensa d'una salari mínim i unes condicions justes per els treballadors.

Des de l'any 2011 Oriol Junqueras⁴³ és el líder d'aquesta formació política i es presenta com a candidat en les eleccions del 25 de novembre.

➤ Iniciativa per Catalunya – Verds (ICV)



Imatge 6: Logotip ICV
Font: www.iniciativa.cat

El febrer de 1987 es va fundar Iniciativa per Catalunya (IC). Inicialment es constituí com una federació per unificar els partits d'esquerres; i els seus propulsors van ser el Partit Socialista Unificat de Catalunya (PSUC), l'Entesa dels Nacionalistes d'Esquerra (ENE) i el Partit dels Comunistes de Catalunya (PCC). El nou partit també el formaren independents i persones vinculades a diferents moviments socials.

Iniciativa per Catalunya va establir des dels seus inicis una forta relació amb el partit polític d'àmbit estatal, Izquierda Unida. I en coalició s'han presentat a un gran nombre d'eleccions.

L'any 1997 es recomposà el partit ja que a causa del context polític una part de l'organització abandonà la formació per fundar un nou partit. Aquesta recomposició va incloure un canvi en el nom, que des d'aleshores s'anomena Iniciativa per Catalunya-Verds⁴⁴ (ICV).

Aquest grup parlamentari es defineix com una formació catalanista, republicana, ecosocialista i d'esquerres que defensa els valors de la justícia social, la igualtat, la laïcitat i la solidaritat.

Des del novembre del 2008 Joan Herrera⁴⁵ és el secretari general d'aquest grup parlamentari i candidat en aquestes les eleccions.

⁴³ www.junqueras.cat [consultat: 24/02/2013]

⁴⁴ www.icv-euia.cat [consultat: 27/02/2013]

⁴⁵ www.joanherrera.cat [consultat: 27/02/2013]

Solidaritat Catalana per la Independència (SI)

Solidaritat Catalana per la Independència és una coalició política fundada a partir de set partits polítics⁴⁶ el juliol del 2010. La creació d'aquest grup parlamentari va estar impulsada per Uriel Bertran, Alfons López Tena i Joan Laporta.



Imatge 7: Logotip SI
Font: www.solidaritatcatalana.cat

En les eleccions del parlament català del 28 de novembre del 2010 aquesta formació política va aconseguir quatre escons, però en les eleccions del 25 de novembre del 2012 van perdre la seva representació parlamentària.

L'objectiu principal d'aquesta formació és declarar la independència de Catalunya. En el seu web⁴⁷ es descriuen com un moviment independentista, transversal, progressista, de base i radicalment democràtic.

Tot i que en les primeres eleccions Joan Laporta va ser el cap de llista, Alfons López Tena⁴⁸ va ser el seu successor en el càrrec pocs mesos després i és el candidat en les eleccions del 25 de novembre del 2012.

➤ **Ciutadans – Partit de la Ciutadania (C's)**



Imatge 8: Logotip C's
Font: www.ciudadanos-cs.org

Ciutadans-Partit de la Ciutadania⁴⁹ és va fundar l'any 2006 arran de la plataforma "Ciutadans de Catalunya⁵⁰". Aquest buscava representar a aquelles persones que no se senten identificades amb els partits existents.

En la seva breu història no ha governat mai la Generalitat ni ha ocupat l'alcaldia de cap municipi, però sí que compta amb representació al Parlament i en diversos ajuntaments de Catalunya.

Pel que fa a la seva ideologia és un partit de centre esquerra que està en contra dels nacionalismes. Els principis d'aquest partit polític són: ciutadania, llibertat, igualtat, laïcisme, bilingüisme i constitució. En el

⁴⁶ Els partits que van fundar SI van ser El Partit Republicà Català, Els Verds-Alternativa Verda, El Partit Socialista d'Alliberament Nacional, Catalunya Nació Independència, Catalunya Acció i Bloc Sobiranista Català.

⁴⁷ www.solidaritatcatalana.cat [consultat:24/02/2013]

⁴⁸ "Alfons López Tena" dins <http://ves.cat/hhUI> [Barcelona], [consultat: 24/02/2013]

⁴⁹ www.ciudadanos-cs.org [consultat: 27/02/2013]

⁵⁰ La plataforma Ciutadans de Catalunya es va crear el juny del 2005 per un grup d'intel·lectuals i professionals que s'oposaven a la imposició del català; creuen que són les persones les que tenen els drets i no els territoris. Actualment segueix activa com a projecte paral·lel al partit.

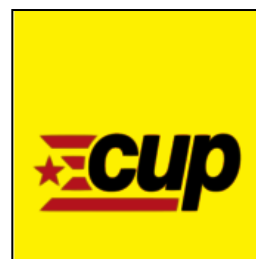
seu web expliquen que la política que proposen ha d'acceptar dues premisses: que el subjecte de la política ha de ser el ciutadà; i que els poders públics tenen la finalitat de garantir la llibertat i la igualtat dels ciutadans.

C's és partidari de mantenir la sobirania en el conjunt de la ciutadania espanyola i no en les comunitats autònomes. Aquest partit polític es va oposar a l'Estatut d'autonomia pel seu caràcter identitàri.

Ja des dels seus inicis el partit ha estat presidit per Albert Rivera⁵¹, qui n'és el candidat en les eleccions del 25 de novembre.

➤ **Candidatura d'Unitat Popular**

La Candidatura d'Unitat Popular⁵² (CUP) consolida les seves bases el desembre del 2002 amb la declaració de Vilafranca. Aquesta va ser una trobada al poble de Vilafranca on es van fixar els objectius a mig termini d'aquesta nova formació política.



Imatge 9: Logotip CUP
Font: www.cup.cat

Les eleccions municipals del 2003 van ser les primeres en les que va participar; i va aconseguir representació en diversos pobles i ciutats.

Aquesta formació política té un funcionament diferent al de la resta de partits, les decisions no les prenen els càrrecs electes sinó tots els militants a través de la democràcia directa.

La CUP és un partit d'esquerres independentista que busca representar a la classe popular i treballadora. Busca una transformació socialista de la societat que garanteixi els drets socials, la democràcia i les llibertats nacionals. Promou el teixit associatiu i els moviments socials.

A l'octubre del 2012 va ser escollit David Fernández⁵³ com a cap de llista per les eleccions del 25 de Novembre del 2012, les primeres eleccions autonòmiques en les que participaria aquesta formació política.

⁵¹ www.albertrivera.info/ [consultat: 27/02/2013]

⁵² www.cup.cat [consultat: 27/02/2013]

⁵³ Twitter: David Fernàndez @higiniaroig #CUP [consultat:24/04/2013]

ESTRATÈGIA, OBJECTIUS, ARGUMENTS I IMATGE DELS PARTITS POLÍTICS

En aquest moment històric i després de la multitudinària manifestació del 11 de setembre del 2012, el dret a decidir dels catalans, la relació entre Catalunya i Espanya i les mesures contra la crisi s'havien convertit en els punts centrals de la campanya electoral.

Ara que coneixem el context social, econòmic i polític del moment, així com els partits que es van presentar a les eleccions; cal determinar quins objectius perseguien cadascun d'ells i quins arguments defensaven.

Per això dividirem aquest apartat en quatre parts. Explicarem l'estratègia que segueix cada partit en base als objectius que busca, coneixerem les cites en els seus programes electorals sobre els temes d'interès de la campanya, realitzarem una anàlisi del seu cartell electoral, i finalment, després de realitzar una entrevista a un representant de cada partit polític sobre els objectius i conclusions dels cartells realitzats, acabarem amb les idees claus transmeses per aquests.

Aquesta part ens permetrà conèixer amb més profunditat les estratègies de cada partit i els esforços per transmetre els seus objectius.

L'ordre establert ve regit pel nombre d'escons que tenia cada partit en la legislatura anterior i dins de cada grup parlamentari s'explicaran els quatre blocs que ens permetran conèixer amb més profunditat la imatge i arguments que oferien.

Cal esmentar que el cartell escollit de Solidaritat Catalana per la Independència és, a diferència de la resta, l'únic que presenta un format apaïsat. Tot i que el partit va presentar diversos formats de cartells, sobretot atenent la província on s'empraven, hem decidit escollir aquest perquè és l'únic on el candidat hi figura sol. Però com veurem en l'apartat corresponent, Bruno Díaz, membre del comitè electoral del partit en aquestes eleccions, ens ampliarà la informació sobre l'elecció d'aquest disseny i ens explicarà perquè en la majoria de cartells que va elaborar el partit, el principal protagonista surt acompanyat per altres membres del partit.

➤ Convergència i Unió

Estratègia (CIU)

Convergència i Unió s'autodefineix com una partit catalanista, però fins aleshores mai s'havia pronunciat d'una forma clara a favor de la independència.

El president de la Generalitat, Artur Mas, va optar per no participar en la manifestació del 11 de setembre del 2012 justificant⁵⁴ que ell representava la unitat del país i tot i que anímicament hi seria, ell com a president no hi podia assistir. Cal recordar que en la manifestació del 10 de Juliol del 2010 el que aleshores era el president de la Generalitat, José Montilla, va participar en la multitudinària concentració i els manifestants el van escridassar. En les eleccions convocades pocs mesos després el PSC va treure el pitjor resultat de la seva història en unes eleccions autonòmiques. Així que Artur Mas comptava amb un precedent del que prendre exemple.

La gran participació en la manifestació i el crit independentista que es va sentir van forçar al partit convergent a prendre una decisió entre ignorar la veu del poble, com tantes vegades s'havia fet, o escoltar-la i convertir-se en el partit que lidera el canvi que la societat demana. La decisió comportaria molts riscos i podia suposar l'èxit o fracàs de la formació. El partit decidí fer seva la veu del poble i amb un hipotètic recolzament, el president català es va presentar a la Moncloa per debatre el pacte fiscal amb el senyor Rajoy. Després del fracàs de la reunió i amb el dret a decidir sobre la taula, el grup parlamentari de CIU va considerar que calia iniciar una nova etapa per a Catalunya i que Artur Mas havia de ser el líder d'aquesta transició. Així que calia convocar eleccions i assolir la majoria.

Per tant, l'objectiu de Convergència i Unió és aconseguir una majoria absoluta que els permeti assolir els seus objectius sense el suport dels altres partits polítics. Artur Mas demana una "majoria excepcional⁵⁵" per tal de permetre que el poble exerceixi el dret a decidir. El partit busca captar a tots aquells que volen la independència i el dret a decidir dels catalans. I es presenten com l'única formació capaç d'assolir aquests objectius.

⁵⁴ "Mas: 'Com a president no aniré a la manifestació de la Diada, però sí que hi seré anímicament'" dins <http://ves.cat/hhUM> [Barcelona], (7 de setembre del 2012) [consultat: 20/03/2013]

⁵⁵ "Mas reclama una 'majoria excepcional' perquè el futur de Catalunya no el decideixi el Consell de Ministres" dins <http://ves.cat/hhUN> [Barcelona], (9 de novembre del 2011) [consultat: 20/03/2013]

Programa electoral (CIU⁵⁶)

- Relació Catalunya – Espanya:

Convergència i Unió expressa el fracàs de l'actual model de les autonomies i mostra el desig de construir un estat propi.

“Resulta evident que l'Estat de les autonomies configurat al llarg d'aquestes tres dècades ha fracassat en el seu objectiu principal”.

“Espanya vol seguir sent un estat amb una sola nació”.

“Volem tenir un estat propi en el marc d'Europa, amb una clara vocació cap a l'exterior i que alhora, com és natural, seguirà tenint uns forts vincles amb Espanya”.

- Referèndum o consulta:

Aquest grup parlamentari dona suport a la celebració d'una consulta sobre la independència de Catalunya.

“...el proper Govern de la Generalitat impulsarà una consulta la propera legislatura per tal que el poble de Catalunya pugui determinar lliurement i democràticament el seu futur col·lectiu”.

“Aquesta consulta es farà d'acord amb la legalitat que s'esdevingui i amb tota la legitimitat democràtica”.

- Mesures d'austeritat i deute públic:

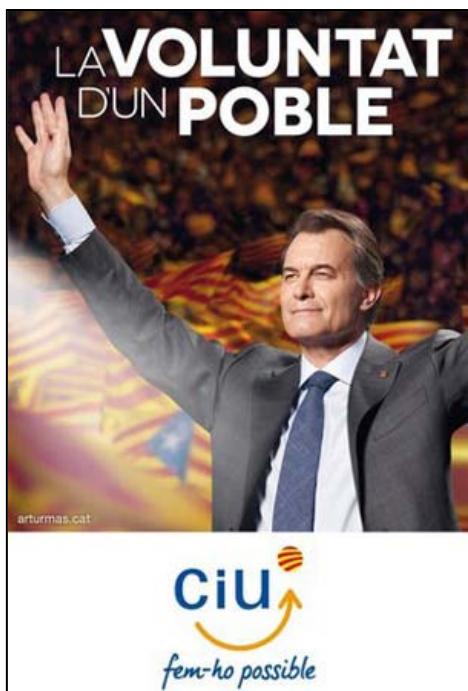
CIU fa una proposta basada en l'aprimament, l'austeritat i el creixement per superar l'actual crisi econòmica.

“...dur a terme polítiques per afavorir el creixement econòmic i la generació de llocs de treball, o bé, la construcció d'aquelles infraestructures que el país necessita per potenciar la seva competitivitat, com és el cas del corredor mediterrani”.

“Austeritat: ens comprometem a aplicar el principi d'austeritat a tota l'administració pública, en la despesa, en els objectius, en els comportaments i en les actituds”.

⁵⁶ “Programa electoral Convergència i Unió” dins <http://ves.cat/bpMY> [consultat: 28/02/2013]

Imatge: el cartell electoral (CIU)



Imatge 10: Cartell electoral CIU
Font: www.catalunyapress.cat

El cartell de Convergència i Unió presenta un disseny estructurat en quatre blocs horitzontals. En els tres blocs superiors de la imatge trobem la fotografia del candidat, Artur Mas. Aquest està enquadrat en un pla mig amb aire per l'esquerra i per la part superior. El candidat manté una postura poc habitual en un cartell electoral. El cos i la cara es dirigeixen al marge esquerra i lleugerament cap a dalt, a l'horitzó; la mirada des de baix compensa la grandiositat del personatge. Curiosament es presenta sense les ulleres que l'acompanyen en el seu dia a dia, aquesta decisió creiem que no és del tot encertada ja que l'allunya de la realitat, i en cas d'haver-les utilitzat li haguessin sumat autenticitat. Mas aixeca els braços oberts, postura que alguns han relacionat amb la imatge de Moisès, i amb la única mà que s'observa, la dreta, amaga el dit polze deixant els quatre dits restants com les quatre barres de la bandera catalana. La llum

blanca que il·lumina el candidat simbolitza la sortida del túnel i la proximitat per assolir l'objectiu, detall idíl·lic que acompanya la tònica de la imatge.

El fons és l'altre element destacat d'aquest cartell. Una fotografia d'un bany de persones onejant banderes de Catalunya i alguna independentista reforcen i engrandeixen la posició del candidat, transmetent força i voluntat. Aquest fons espontani fa destacar el cartell i recorda el tema central d'aquestes eleccions.

El nom del candidat, com que ja és conegut, només s'esmenta en forma de direcció web.

L'eslògan, *La voluntat d'un poble*, es troba en el quart superior, sobre la imatge del candidat. Està escrit amb lletra de color blanc i de caixa alta, destacant les paraules *voluntat* i *poble*. El missatge és clar i concís, i les paraules destacades apel·len al que defensa el partit, el poble s'ha expressat i aquesta formació pretén fer sentir la seva veu en els organismes governamentals del país. La referència al *poble*, aproxima el partit a la societat; i tot i que no parla directament d'independència ni de dret a decidir ni de Catalunya, amb el suport de la imatge tots aquests termes ja es veuen reflectits.

El logotip el trobem en el quart inferior de la imatge sobre un fons blanc, cosa que permet una fàcil lectura. Sota aquest hi trobem l'eslògan actual del partit, *fem-ho possible*, que està escrit amb lletres de caixa baixa i amb una tipografia que pretén simular la lletra humana, aconseguint així una aproximació a l'elector.

Entrevista a Narcís Sastre (CIU)

Narcís Sastre és membre del Comitè executiu local de Convergència Democràtica de Catalunya a Girona. Ens hi hem reunit per conèixer una visió interna del plantejament i objectius del cartell. Segons el senyor Sastre l'objectiu màxim era transmetre el "lideratge d'Artur Mas".

I així ho explica: "Aquesta campanya, tot i ser unes eleccions al Parlament on no es votés una persona sinó una llista de partits, era una campanya presidencialista, en el sentit que es va focalitzar molt en la persona d'Artur Mas".

Pel que fa als elements utilitzats en el cartell i el seu significat ha afirmat que la figura de Mas "destaca la idea de líder que vol donar veu al poble perquè s'expressi de cara al camí cap a l'Estat propi, de la transició nacional".

En el cartell, però, a l'eix central hi ha el candidat Artur Mas. En canvi, el poble apareix a darrere i no es poden reconèixer les cares de les persones, estan difuminades.

Sastre ha explicat que el fons de la imatge, un bany de persones onejant senyeres i una estelada, buscava fer una referència a la manifestació de l'onze de setembre del 2012, "representaven aquest poble".

Quan li preguntàrem per l'única i destacada estelada de la imatge ens digué que "aquí es demostra un canvi d'etapa". Aquesta evolució del partit concorda amb l'estratègia que hem descrit en aquest bloc del treball. I ho argumenta de la següent manera: "En aquest cas es va fer un canvi de plantejament radical, es va fer el camí de l'Estat propi, i per tant, s'havia de destacar d'una manera molt singularitzada i protagonista en el que és la imatge: una estelada, la bandera que representa l'independentisme".

Pel que fa al logotip, Sastre ens ha explicat que "ja no és el somriure aquell de les últimes campanyes, sinó que ja tira amunt, amb aquest ànim d'avançar i d'un canvi d'etapa".

I fent referència a la polèmica postura del candidat convergent ha declarat que "ha estat realment arriscat, i el temps ha demostrat que va ser una aposta fallida".

➤ **Partit Socialista de Catalunya**

Estratègia (PSC)

Segons la declaració de principis del PSC⁵⁷ es consideren una formació catalanista, federalista i europeista.

Quan es va celebrar la manifestació independentista del 2012 el PSC, com a grup polític, no hi va participar. Però diverses personalitats del partit com Ernest Maragall, Marina Geli i Antoni Castells van assistir a la convocatòria a títol personal. Aquest fet mostra la pluralitat d'opinions existents en el partit. I és que el Partit Socialista de Catalunya està integrat per persones que comparteixen les bases però amb que alhora tenen algunes opinions ben diferenciades i el grau catalanista del partit, n'és una.

Després de sentir el crit independentista als carrers de Barcelona, el PSC va haver de prendre una decisió i posicionar-se. Tot i ser un partit de caire catalanista, la unió amb el PSOE impedeix que doni el seu suport a una Catalunya independent. Però les bases i ideologies d'aquest partit descarten l'oposició al dret a decidir. En aquest context la formació es declina pel federalisme; una opció que ja porta temps proposant; però que la gent ni coneix ni entén. Aquest federalisme comportaria canviar les condicions amb l'Estat a favor de Catalunya però sense la voluntat de separar-se d'Espanya. Amb aquesta proposta el partit busca oferir una sortida menys radical a la situació i a les desigualtats que pateix la societat. Cal esmentar, però, que en el context de tensió que es viu a Catalunya el tema central d'aquestes eleccions, el dret a decidir, no juga a favor del partit.

Un altre fet que cal destacar quan parlem d'aquesta formació política és l'evolució dels resultats electorals que han anat obtinguen al llarg dels anys i que precedeixen la situació actual del partit. El PSC va governar la Generalitat del 2003 al 2010, en ambdues ocasions formant tripartit amb ERC i ICV. En les eleccions del 2010 el partit va perdre amb els pitjors resultats de la seva història, 28 escons.

Així que es van trobar amb unes eleccions avançades, a dos anys de la gran davallada, amb un tema sobre la taula que no els afavoria i amb un candidat escollit un mes i mig abans d'iniciar-se la campanya. Pere Navarro, que no portava ni un any com a Secretari General del PSC, representa un lideratge poc consolidat.

L'objectiu del PSC és captar a tots aquells no volen la independència ni continuar amb les mateixes condicions respecte l'Estat. Es mostra com l'alternativa a l'independentisme i a l'espanyolisme.

⁵⁷ "Declaració de principis PSC" dins <http://ves.cat/hhUO> [Barcelona], (20 de Juliol de 2008) [Consultat: 24/02/2013]

Programa electoral (PSC⁵⁸)

- Relació Catalunya – Espanya:

El Partit Socialista de Catalunya proposa un nou marc de relacions entre Catalunya i Espanya que permeti a Catalunya formar part d'Espanya sense renunciar a la seva identitat i als seus projectes col·lectius.

“Volem reformar la Constitució i transformar les estructures de l'actual Estat de les Autonomies en un Estat Federal a través del diàleg i la negociació entre les forces polítiques espanyoles i catalanes”.

“Creiem que és el moment de renovar el pacte constitucional a través de la construcció federal”.

- Referèndum o consulta:

Aquesta formació política defensa el dret a decidir dels catalans però sempre sota la legalitat vigent.

“Manifestem el nostre convenciment que els ciutadans i les ciutadanes de Catalunya hauran de decidir lliurement sobre qualsevol proposta de canvi substancial de les relacions entre Catalunya i Espanya, acordada entre les institucions catalanes i espanyoles, a través d'un referèndum en el qual es plantegi una pregunta clara a la qual s'hagi de respondre de forma inequívoca”.

“Promoure les reformes necessàries per tal que els ciutadans i les ciutadanes de Catalunya puguin exercir el seu dret a decidir a través d'un referèndum o consulta acordat en el marc de la legalitat”.

- Mesures d'austeritat i deute públic:

Pel que fa a la gestió econòmica de Catalunya, el PSC carrega en contra dels plans d'austeritat impulsats pels governs de l'Estat i de la Generalitat i proposa un model basat en el creixement.

“És el creixement el que ens ha de permetre augmentar els ingressos i donar així credibilitat als esforços de consolidació fiscal”.

“Alhora, treballarem per reduir l'endeutament i el sobreendeutament de les famílies i els petits empresaris, a través de fórmules que permetin renegociar els deutes i minimitzar les conseqüències”.

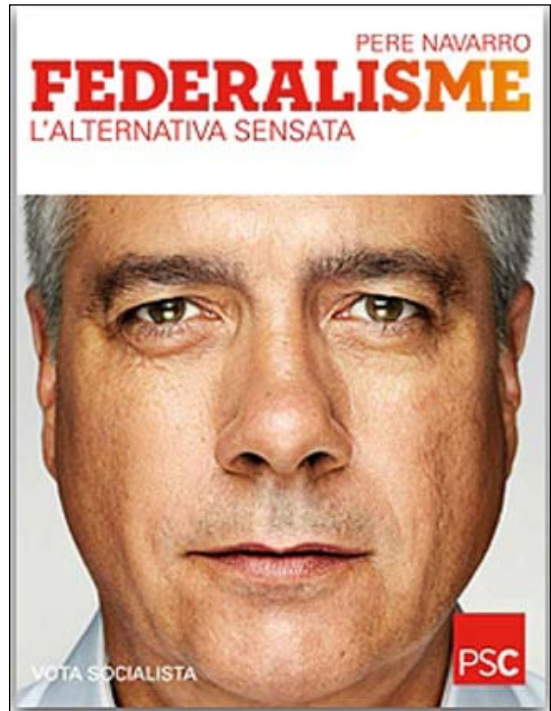
⁵⁸ “Programa electoral Partit Socialista de Catalunya” dins <http://ves.cat/hhUP> [consultat: 28/02/2013]

Imatge: el cartell electoral (PSC)

A simple cop de vista ja podem identificar que es tracta del cartell electoral del PSC per la dominant vermella del conjunt de la imatge.

A trets generals podem veure que es tracta d'un cartell amb una estructura simple i clara que permet una bona llegibilitat dels elements que s'hi exposen.

El primer en el que es fixa la mirada és en el rostre de Pere Navarro. Un primeríssim primer pla, que ocupa els tres quarts inferiors del cartell, ens presenta un candidat que busca transmetre transparència, confiança i seriositat per tal d'aproximar-se a l'elector en un moment de gran preocupació econòmica i social. Cal esmentar, que aquest tipus de pla limita la comunicació corporal tot centrar-se en l'expressió facial.



Imatge 11: Cartell electoral PSC
Font: www.catalunyapress.cat

El següent element que destaca és el missatge, la paraula *Federalisme* ocupa part del quart superior de la imatge. Esta escrit amb lletres majúscules, de grans dimensions i del color corporatiu, el vermell; però aquest, al final de la paraula, es degrada en un taronja groguenc, que simbolitza l'aproximació al terme mig entre el centralisme espanyol i l'independentisme.

En el mateix quart de la imatge, però amb una lletra més petita i alineat a les bandes, hi tenim l'eslògan de la campanya, *L'alternativa sensata*, i el nom del candidat, Pere Navarro. L'eslògan ve induït per l'extremisme creixent durant els mesos i anys previs a les eleccions. El PSC, com ja hem comentat, s'ofereix com la opció responsable entre els interessos d'uns i altres; i el seu eslògan expressa aquesta voluntat. En aquest cartell, a diferència del de CIU, s'ha destacat el nom del candidat ja que és el primer cop que es presenta com a cap de llista en unes eleccions autonòmiques i calia donar-lo a conèixer .

En la part inferior dreta del cartell, hi trobem el logotip del partit. Aquest està ben posicionat ja que es troba en un dels punts per on sempre passa la mirada.

D'una manera tímida trobem a la cantonada inferior esquerra l'expressió *Vota Socialista*, una apel·lació clàssica, molt utilitzada per aquesta formació política.

Entrevista a Marc Lamuà (PSC)

Marc Lamuà és el Secretari d'Organització de la Federació de Comarques Gironines del PSC; i va participar activament en la campanya autonòmica del 2012.

El representant socialista justifica que l'elecció de la fotografia i del disseny escollit buscava "transmetre seriositat davant de la situació de crisi global i catalana. També volia trencar amb la imatge habitual dels cartells polítics dels darrers anys".

La imatge del candidat i l'eslògan de la campanya són els dos elements més destacats d'aquest cartell.

Pel que fa a la fotografia de Pere Navarro, Marc Lamuà ha expressat una justificada defensa de l'elecció d'aquesta: "buscàvem transmetre una certa seriositat davant una situació extraordinària per diferents motius: s'havien avançat unes eleccions, Catalunya es preguntava sobre quina era i quina havia de ser la seva situació amb Espanya i la situació de crisi era pitjor cada mes que passava. Defugir la imatge somrient del candidat o també contraposar-se a la imatge messiànica i despreocupada d'altres candidats que prioritzaven la temàtica nacional, tot oblidant-se del context de crisi i desmantellament progressiu de l'estat del benestar, era un objectiu clar i necessari".

L'elecció de destacar l'eslògan de la campanya rau, segons l'entrevistat, en que "en l'ambient social i polític que s'estava vivint era essencial remarcar la opció d'organització política respecte Espanya que escollia el partit".

Pel que fa a l'objectiu de transmetre el concepte de seriositat davant la situació actual, Marc Lamuà considera que tot i que és difícil de saber, a títol personal creu que potser "no va arribar de manera explícita a tothom però sí de manera implícita".

Finalment ha explicat que l'objectiu de diferenciar-se de la resta de cartells si que es va aconseguir.

➤ **Partit Popular Català**

Estratègia (PPC)

El Partit Popular Català ha estat, durant més de trenta anys, el partit més fort en la defensa sistema espanyol a Catalunya; i en la seva trajectòria ha esdevingut gairebé en totes les legislatures la tercera o quarta força política. Aquesta formació ha obtingut un nombre de vots força estable des de l'any 1995, punt àlgid de la seva trajectòria. En les darreres eleccions, les del 2010 va obtenir el seu segon millor resultat de la història a Catalunya, així que el partit buscava continuar amb la millora.

Un any abans de celebrar-se les eleccions catalanes el Partit Popular s'havia posat al capdavant del Govern central amb l'objectiu de sortir de la crisi. Les retallades, tot i no agradar a la població, eren necessàries i la part de la societat que els havia votat veien el partit com l'única força capaç de prendre mesures davant de la situació.

Pel que fa al debat identitari que es plantejava, el PPC tenia una postura clara. Favorable a una Catalunya integrada dins d'un Estat centralitzat defensa una gestió econòmica i de recursos des del Govern central aplicada a les diferents comunitats autònomes.

Amb una postura clarament contrària a possibilitat de realitzar un referèndum es presenta a les eleccions com l'alternativa a les propostes de separatisme promogudes per alguns partits i sectors de la societat catalana. El gran debat suposa una oportunitat per aquest partit.

L'objectiu d'aquesta formació és captar els vots de tots aquells que no volen una major autonomia per Catalunya ni separar-se de l'Estat espanyol. Amb aquesta defensa busca el vot d'aquells fidels al PP, d'aquells socialistes i convergents que no estan d'acord amb la deriva nacionalista que està adoptant el seu partit; i d'aquells votants de Ciutadans que creuen que l'única opció per combatre l'independentisme és donar el vot a la major força opositora.

Però el PPC comparteix la seva visió espanyolista amb C's, així que ambdós busquen captar un perfil similar de votant. Aquesta rivalitat suposa un perill pel Partit Popular ja que ens els últims anys s'ha produït una tendència en els electors d'aproximació als partits minoritaris i allunyament als, fins aleshores, generalistes. Les polítiques econòmiques i socials són el que més diferencien aquests dos partits, i és aquí on s'hauran de fer destacar.

Programa electoral (PPC⁵⁹)

- Relació Catalunya – Espanya:

El Partit Popular Català es mostra partidari de la present unió entre Espanya i Catalunya i defensa l'actual organització de l'Estat.

“...que volem seguir convivint amb la resta d'Espanya, que apostem per seguir sent part de la Unió Europea i el que és més, avui, treballar i dedicar tots els nostres esforços a sortir de la crisi”.

“És un greu error voler trencar amb la resta d'Espanya, perquè aquesta ruptura comportaria trencar amb la Unió Europea i, al mateix temps, una fractura a Catalunya. No volem que ens facin escollir entre ser catalans o ser espanyols, volem poder viure lliurement amb aquest doble sentiment de pertinença que no és contradictori entre si, sinó complementari”.

- Referèndum o consulta:

Aquesta agrupació política no fa cap tipus d'esment sobre l'opció de realitzar un referèndum o consulta perquè el poble de Catalunya decideixi el seu futur. En aquesta decisió es pot apreciar que el partit s'oposa fins a tal punt a la proposta que prefereix restar importància a l'assumpte evadint tota referència.

- Mesures d'austeritat i deute públic:

El PPC proposa una política econòmica basada en la transparència i la informació per assolir una millora de la gestió que combini un millor finançament per Catalunya i unes reformes per potenciar el creixement econòmic.

“Impulsarem una política econòmica que combini austeritat i equilibri amb reformes que afavoreixin el creixement econòmic, la creació i manteniment de llocs de treball i el suport als treballadors autònoms, a les petites i mitjanes empreses i als comerciants”.

“Treballarem per aconseguir un nou sistema de finançament singular per Catalunya, que respongui a l'objectiu de resoldre el problema sistemàtic d'insuficiència financera de la Generalitat per atendre a les seves competències”.

⁵⁹ “Programa electoral Partit Popular Català” dins <http://ves.cat/hhUS> [consultat: 28/02/2013]

Imatge: el cartell electoral (PPC)



Imatge 12: Cartell electoral PPC
Font: www.catalunypress.cat

El cartell electoral del PPC té una estructura clàssica on el disseny està dividit entre la imatge i el missatge; i el color corporatiu, el blau, domina en el conjunt.

En el quadrant superior, lleugerament més gran que l'inferior, hi trobem la imatge de Alicia Sánchez Camacho. L'enquadrament de la fotografia, entre un primer pla i un pla mig tancat, permet apreciar l'expressivitat de la candidata. La mirada frontal a la càmera i una expressió positiva transmeten confiança; i la postura del cos, naturalitat. Cal destacar la llum blanca que envolta la figura de la candidata que busca destacar-la en un entorn de puresa i sinceritat. El fons de la imatge, amb textura però desenfocat, dona força a la candidata. I és en aquest on es pot apreciar el seu nom.

En la part inferior de la imatge hi trobem quatre elements sota el blau corporatiu. Destacat es llegeix amb

lletres grans i blanques l'eslògan de la campanya, *Catalunya sí, España también*. L'expressió, escrita la meitat en català i l'altre en castellà, fa referència al debat identitari i es pot llegir en ambdues llengües. Cal destacar l'essència positiva del missatge on s'utilitzen els termes "sí" i "també".

Sota l'eslògan, a la part esquerra del cartell, hi trobem l'únic element innovador, una bandera de doble cara representa la voluntat d'unió i el sentiment de pertinença d'una Catalunya integrada en l'Estat espanyol. Aquesta reforça el missatge que es busca transmetre en el text.

A la cantonada inferior dreta, igual que en el cartell anterior, s'hi troba el logotip del partit. Aquest ve precedit per la paraula *Vota*, una expressió clàssica que acompanya el format tradicional del cartell.

Entrevista a Andrea Levy (PPC)

Per tal d'ampliar la nostra visió i entendre millor el cartell electoral i la finalitat que perseguia aquesta formació hem parlat amb Andrea Levy, Vicesecretaria d'estudis i programes del Partit Popular Català.

El primer que calia conèixer era quin objectiu buscava transmetre el cartell; i atenent això l'entrevistada ens ha explicat que "davant de l'escenari electoral centrat quasi exclusivament en el debat identitari, el nostre cartell deixa clar la nostra aposta per la convivència, i pel valor positiu de la relació entre Catalunya i la resta d'Espanya"; posició que el partit ha defensat al llarg de la seva història i sobre la que han insistit davant l'auge independentista dels darrers anys.

Per tal d'entendre com s'han treballat aquests valors en la imatge hem sol·licitat una definició més precisa del disseny i els elements que la formen. Amb una versió simplificada del que s'ha explicat en l'anàlisi del cartell, Andrea Levy ha parlat de com es buscava fer destacar Alícia Sánchez Camacho, que comptava amb el valor afegit de ser l'única candidata dona. Ha explicat que el cartell es divideix en dues parts que permeten identificar amb claredat la fotografia de la candidata, en la part superior, i l'eslògan de la campanya, en la part inferior. La vicesecretaria d'estudis i programes del PPC també ha volgut destacar l'element més innovador del cartell: "en la part inferior esquerra es va incloure una doble bandera Catalunya i Espanya per a reafirmar l'eslògan". D'aquesta insistència en destacar el debat nacionalista ja n'hem parlat anteriorment, així que hem volgut conèixer més sobre el tema. Li hem preguntat a la nostra entrevistada perquè un partit que prioritza la situació econòmica davant d'aquest conflicte centra el seu cartell electoral en reforçar la unitat d'Espanya. I amb una resposta simple i concisa ens ha explicat el següent: "davant un escenari en el qual algunes forces polítiques plantejaven les eleccions quasi de forma plebiscitària, vàrem creure important remarcar la nostra essència com a partit nacional i clarament no independentista".

Per finalitzar la nostra entrevista hem preguntat, igual que en anterior ocasions, si considerava que a través del cartell havien aconseguit expressar les idees que es proposaven. En aquest sentit Andrea Levy ha mostrat la seva satisfacció amb la feina realitzada i ha especificat que "a Catalunya el Partit Popular s'identifica amb totes aquelles persones que no volen la ruptura amb Espanya". I en aquest sentit opina que s'ha aconseguit transmetre aquesta idea i que s'ha demostrat en els resultats electorals.

Esquerra Republicana de Catalunya

Estratègia (ERC)

En aquestes eleccions entra en debat el que ERC sempre ha defensat, la independència de Catalunya. Per tant compta amb una postura clara i històricament marcada que el concep com l'autèntic defensor de la proposta. Això marcarà la seva imatge electoral i els seus arguments per demanar el vot.

ERC es troba per primera vegada en unes eleccions on el tema de debat central és allò que sempre ha identificat el partit; però tot i això, veu que el partit amb més força de Catalunya, s'apropia la seva defensa i es presenta com l'única opció real d'assolir la independència. Per tant, Esquerra Republicana de Catalunya competeix de manera directa amb Convergència i Unió. Però la seva postura en el debat nacionalista té un propòsit més clar que el de CIU. ERC no apel·la al dret a decidir com a únic argument, va més enllà i parla d'independència. La seva fermesa amb l'objectiu final busca als electors que més la desitgen. La seva voluntat també s'aprecia en la multitud d'estelades que l'han acompanyat al llarg dels anys.

D'altra banda, aquest grup parlamentari, considerat d'esquerres, sempre ha defensat les polítiques socials i s'ha mostrat contrari a les mesures econòmiques i d'austeritat aplicades pel Govern central i pel Govern autonòmic. Ha estat, al llarg de l'anterior legislatura, una de les principals formacions opositores a les mesures adoptades pel Govern convergent.

Oriol Junqueres, tot i que entrà en la primera línia política només un any abans de les eleccions com a president d'Esquerra Republicana de Catalunya, es considera un candidat potent. Tot i la falta de carisma, el seu discurs contundent i la seva calma argumentativa l'han convertit en un candidat amb un lideratge clar i sòlid.

Esquerra Republicana de Catalunya demana el vot de tots aquells que volen una Catalunya independent. Busquen els votants de CIU, del PSC, d'ICV, de SI i de la CUP que defensen la independència de Catalunya i que es mostren contraris a les mesures econòmiques implantades pel govern català. Però tot i això el seu principal rival és CIU; i per diferenciar-se i aconseguir el suport de la ciutadania ataca les polítiques dutes a terme pel govern sortint i defensa una política des de Catalunya i per Catalunya, tot donant gran importància a la protecció i millora de l'estat del benestar.

Programa electoral (ERC⁶⁰)

- Relació Catalunya – Espanya:

ERC opta per un trencament de la relació entre Catalunya i Espanya. Busca la separació a través del diàleg i en cas de no poder-se declarar bilateralment mostra la seva voluntat de fer-ho unilateralment.

“Insistirem en el diàleg amb Espanya perquè Catalunya sempre optarà per la democràcia i el respecte a la legalitat, catalana, espanyola o internacional.

“En el cas que l'exercici del dret a decidir fos impedit o bandejat, el Parlament de Catalunya, legalment constituït, bo i apel·lant al principi democràtic internacional, declararia unilateralment la independència”.

- Referèndum o consulta:

Aquest grup polític defensa la celebració d'un referèndum.

“La sobirania de Catalunya resideix en el poble català. El poble català es qui s'ha de consultar a l'hora de decidir la relació política que vol establir amb la resta de pobles i estats del món”.

“Defensarem l'ús de la Llei de Consultes Populars per a la celebració d'un referèndum en que els ciutadans puguin decidir si volen que Catalunya esdevingui un estat independent dins la UE”.

- Mesures d'austeritat i deute públic:

En aquest programa es fa una forta crítica a la gestió econòmica del Govern espanyol i català. La seva proposta es basa en potenciar els valors de l'economia social tant en el sector públic com privat.

“Per fer front a les necessitats d'atenció social, urgentment s'ha d'adquirir el compromís de l'Administració de situar el Sector social com a prioritari”.

“Malgrat que durant força anys Catalunya ha generat un superàvit en la contribució a la Seguretat Social, aquests diners han estat destinats a fer front al deute públic espanyol. Això demostra que únicament podem garantir les pensions disposant d'un Sistema propi de la Seguretat Social”.

⁶⁰ “Programa electoral Esquerra Republicana de Catalunya” dins <http://ves.cat/bAcV> [consultat: 28/02/2013]

Imatge: el cartell electoral (ERC)

Aquest cartell electoral té un format clàssic més propi d'un partit conservador que d'un partit progressista. La distribució dels elements, poc arriscada, ofereix una lectura clara del missatge.

El candidat, centrat en el quadre i mirant a la càmera, recorda més a una fotografia de carnet, que a una imatge de promoció. La complicitat del somriure busca l'aproximació a l'elector, però la simetria de la imatge i la rigidesa corporal l'allunya d'aquest objectiu. El nom del candidat el podem trobar en la part inferior esquerra del cartell, amb lletres blanques i de dimensions molt reduïdes posa.



Imatge 13: Cartell electoral ERC
Font: www.catalunyapress.cat

De fons, en la imatge, podem observar un paisatge amb muntanyes. Aquest entorn representa Catalunya i sota un cel clar transmet serenitat.

El titular del cartell i eslògan de la campanya, *Un nou país per a tothom*, es troba a la part superior, escrit amb lletres blanques, grans, de caixa alta i justificat a l'esquerra. *Un nou país*, apel·la a la independència de Catalunya i el *tothom*, fa referència a l'objectiu integrador que té aquest partit.

En la part inferior del quadre hi trobem l'apel·lació al vot i el logotip. El primer està escrit en negre sobre un fons del taronja corporatiu, *Vota independència*, amb el que es vol transmetre que Esquerra Republicana de Catalunya és garantia d'independència, i al mateix temps, es demana el vot.

A la cantonada de la dreta hi trobem el logotip del partit, però cal destacar que aquest inclou un nou element respecte el logotip oficial del partit, *Catalunya sí*. Aquesta nova incisió reforça el missatge que es busca transmetre, el cartell inclou tres paraules claus: *Catalunya, País, independència*. El logotip junt amb l'apel·lació al vot fan destacar el color corporatiu gràcies al qual, a simple cop de vista, detectem el partit.

El darrer element que cal destacar d'aquest cartell és el codi QR. Aquest és un codi bidimensional que amb la utilització del lector d'un mòbil o tableta ens permet visualitzar a través d'Internet els vídeos de la campanya. Es tracta d'un element innovador que permet aproximar el partit a un públic objectiu jove que representa un percentatge important dels seus electors i dels seus possibles votants. Aquest codi QR però, té un inconvenient, i és la seva reduïda dimensió, si el cartell es troba allunyat o alçat el dispositiu mòbil no podrà fer una bona lectura i per tant, no podrà veure la informació que conté.

Entrevista a Guillem Clapés (ERC)

Guillem Clapés és el Secretari d'Imatge i Comunicació d'Esquerra Republicana de Catalunya. Per ell, la imatge que projectava el partit perseguia uns objectius que reforçaven per una banda, la presentació del candidat i per l'altre, la idea d'independència i d'esquerres. De forma breu ens ha simplificat aquests missatges: “et proposem fer la independència amb un accent social, d'esquerres. El *nou país* el volíem associar a independència i el *per a tothom* amb les esquerres, la igualtat i la justícia social. El sublema *Vota independència* ens servia per a reforçar el perfil de cara al votant independentista més clàssic”.

La voluntat de destacar la imatge d'Oriol Junqueras l'ha justificat atenent a “que el candidat tenia un percentatge baix de coneixement”.

El republicà també ha explicat que varen optar per “fer una composició senzilla on destaqués i es pogués llegir correctament el lema de la campanya”.

Pel que fa a la imatge escollida com a fons, Guillem Clapés ha ratificat l'explicació que havíem donat: “la imatge de fons és un paisatge de muntanya de l'interior de Catalunya. L'objectiu era mostrar una imatge relaxant, tranquil·la, que tingués molt espai de cel blau per a emmarcar les lletres i la cara”.

Atenent als objectius que perseguia el partit hem volgut conèixer la opinió del representant en aquest estudi i que ens expliqués si creu que han arribat a la població tal i com s'ho proposaven. Un cop més ens hem trobat amb la satisfacció d'haver assolit els objectius. I el secretari d'Imatge i Comunicació del partit ho ha expressat de la següent manera: “creiem que és un cartell que, fugint d'exercicis estètics amb la fotografia o el disseny gràfic, compleix la seva funció i els objectius que perseguíem”.

➤ Iniciativa per Catalunya – Verds

Estratègia (ICV)

El context de crisi econòmica i social en la Catalunya del 2012 va donar força als partits opositors al Govern autonòmic. Iniciativa per Catalunya – Verds ha estat un defensor històric dels drets dels ciutadans i contrari a les mesures que limiten aquestes llibertats. Les contínues retallades del Govern i l'empitjorament de les condicions de vida han fet enfadar a la població, que ha començat a sortir al carrer a mostrar el seu rebuig. La corrupció i el desengany amb els polítics han fet que els ciutadans no confiïn en els partits generalistes i busquin aquells menys corromputs pel poder i amb uns ideals més clars. ICV, a diferència d'altres partits, compta amb credibilitat per criticar les retallades, per mostrar l'oposició a aquelles polítiques que sempre ha contradit, i aquesta serà una de les seves principals virtuts.

ICV, que és considerat un partit catalanista, ha sabut adoptar un paper clar en el debat sobre el dret a decidir. Partidari de la lliure decisió de la ciutadania s'ha mostrat favorable a la consulta però mai ha donat un suport directe a la independència de Catalunya. Malgrat la rapidesa amb la que van explicar la posició del seu partit, la decisió no va ser unànime. Iniciativa per Catalunya – Verds està integrada per persones que defensen els drets dels ciutadans i el respecte al medi ambient. Però tot i la base catalanista del partit mai abans s'havien plantejat la opció d'independitzar Catalunya. Quan el debat va ser sobre la taula, el partit és va veure forçat a prendre una decisió tot i la varietat d'opinions internes. I l'argument que van donar va ser sòlid, el ciutadà té dret a expressar-se i per això s'ha de fer una consulta, però l'opció de votar en contra o a favor d'una Catalunya independent es deixa a la voluntat de cada ciutadà, militant i membre del partit.

Aquesta és una formació política progressista que compta amb un equip molt jove amb ideals fermes que l'acosta al seu electorat.

Aquest partit competeix per les seves característiques amb els votants de les formacions d'esquerres. Entre aquests destaquen aquells electors socialistes que cansats de la decadència i falta de fortalesa del partit opten per una formació d'ideals similars però més dràstica amb l'empitjorament de les condicions socials dels ciutadans i de l'Estat del Benestar. Volen aconseguir vots d'un Partit Socialista de Catalunya debilitat i sense un rumb clar.

Programa electoral (ICV⁶¹)

- Relació Catalunya – Espanya:

ICV es mostra contraria al procés de recentralització impulsat pel govern de l'Estat i fa una defensa de la identitat catalana així com del seu dret a l'autogestió.

“ICV-EUiA hem reivindicat des de fa temps la construcció d'un Estat propi, que pot establir, a partir de la pròpia sobirania, una relació de caràcter federal, confederal o ser present directament en l'àmbit europeu, depenent de la voluntat de pacte de l'Estat i de la lliure decisió de la ciutadania de Catalunya”.

- Referèndum o consulta:

Aquest partit polític mostra el seu suport a la celebració d'un referèndum per conèixer la opinió dels catalans sobre el futur de Catalunya.

“Si l'Estat té voluntat política és possible acordar la celebració d'un referèndum o consulta per conèixer la voluntat de la ciutadania de Catalunya sense necessitat de supeditar-ho a la reforma de la Constitució”.

“ICV-EUiA proposa que en la propera legislatura partits polítics, agents socials i entitats representatives del país arribin a un Acord Nacional per l'exercici del dret a decidir”.

- Mesures d'austeritat i deute públic:

Aquest grup parlamentari fa un atac directe a les mesures d'austeritat aplicades fins al moment i fa una proposta de democratització del poder financer a través de mecanismes de control i de replantejament i negociació d'un deute que en part considera il·legítim.

“Proposem la negociació amb les entitats financeres d'una moratòria en el pagament d'interessos i deutes per garantir el pagament a concerts socials, sanitaris o educatius”.

“Acabar amb la política de retallades indiscriminades o contra els sistemes de protecció social. Retallar no és austeritat, és fer pagar la crisi als treballadors i a les capes més vulnerables de la societat”.

⁶¹ “Programa electoral Iniciativa per Catalunya - Verds” dins <http://ves.cat/hhUT> [consultat: 28/02/2013]

Imatge: el cartell electoral (ICV)



Imatge 14: Cartell electoral ICV
Font: www.catalunyapress.cat

El cartell d'Iniciativa per Catalunya – Verds destaca per la utilització del banc i negre. És el cartell més original, no només per l'ús d'aquesta tècnica sinó també, per l'enquadrament del candidat i la col·locació del logotip.

Si analitzem la fotografia de Joan Herrera podem dir que es tracta d'un pla mig força retallat per les bandes. Al tractar-se d'un pla ampli ens permet observar l'expressivitat corporal i al estar retallada produeix una sensació de proximitat.

D'aquest cartell també destaca la postura corporal del candidat, que amb l'esquena corbada, el cap recolzat al braç, de semiperfil respecte la càmera i amb una mirada esperançadora que es dirigeix a l'horitzó, transmet il·lusió i optimisme.

L'eslògan, *...I tant si podem!*, està escrit amb lletres negres de caixa alta sobre fons blanc, cosa que permet una fàcil lectura del missatge. El signe d'exclamació i la paraula *podem* transmeten força i optimisme.

Sota l'eslògan hi trobem el que podríem definir com a lema, *Dret a decidir sí, Drets socials també!*. Aquest, igual que el l'eslògan del Partit Popular Català, utilitza els termes *sí* i *també*, que connoten positivisme. A més a més, el missatge aclareix l'expressió poc concreta de l'eslògan.

Sota aquest es troba amb lletres petites i de color negre el nom del candidat, *Joan Herrera*.

Per finalitzar aquest bloc informatiu, situat a l'extrem inferior dret del cartell, hi trobem la informació referent a la direcció web i a les xarxes socials, Facebook i Twitter; eines de comunicació cada cop més utilitzades pels partits polítics.

La col·locació del logotip, com ja hem comentat, és un dels elements que fan d'aquest cartell el més original i atrevit. Com en una pestanya, sorgida de la part superior dreta de la imatge i perpendicular a la mirada, hi trobem els logotips de ICV i d'Esquerra Unida i Alternativa, i sota aquests, una breu descripció.

Pel que fa al conjunt de la imatge la utilització del blanc i negre fa destacar el color corporatiu utilitzat en el fons dels logotips i en les paraules *si* i *també*.

Entrevista a Albert Piqué (ICV)

Albert Piqué és tècnic d'organització i comunicació d'ICV a les comarques gironines. I gràcies a una entrevista hem disposat de la seva explicació sobre els objectius que buscava el partit alhora de realitzar el cartell electoral de la campanya. Tal com ha explicat "la campanya va ser inspirada en la primera campanya de Barak Obama". La imatge escollida volia transmetre "proximitat, il·lusió i honestat" sobretot tenint en compte la complicada situació econòmica i social que vivia el país.

El que més destaca del cartell electoral d'aquest partit és la utilització del blanc i negre, i el nostre entrevistat ho ha justificat de la següent manera: "es busca despullar la imatge i ressaltar el verd del logotip que és el color corporatiu".

Però l'originalitat de la fotografia del candidat no rau únicament en la utilització del blanc i negre i així ho ha volgut expressar el representant del partit en aquesta investigació: "La camisa blanca busca empatitzar amb l'observador. És una peça de roba transversal a la classe social o la situació ocupacional. També és una peça de roba neta, sense màcules, en referència a la corrupció que denuncia el partit en altres formacions. La màniga recollida expressa la disposició a posar-se a treballar de seguida, transmet la idea de disposició a governar i fer-ho en el primer moment, en un partit al qual no se li atribuïa aquesta possibilitat en convocar les eleccions".

Com ja hem esmentat en el nostre anàlisi del cartell, la posició del logotip no és gens convencional i Albert Piqué ho ha justificat així: "busca transmetre la idea que per a una situació poc convencional com el moment en el qual es convoquen les eleccions calen solucions poc convencionals com les que proposa el programa d'ICV-EUiA".

Finalment hem volgut conèixer la seva opinió personal sobre la eficàcia de la imatge en forma de cartell electoral que ha donat ICV en aquestes eleccions. I el tècnic d'organització i comunicació s'ha mostrat molt satisfet amb la campanya realitzada i amb els posteriors resultats obtinguts: "Des del partit i a nivell de carrer sí que hem notat des d'aquesta campanya major permeabilitat en la ciutadania a les nostres propostes, major reconeixement a la tasca en les diferents institucions on tenim representació i especialment no se'ns associa com abans amb la marca del tripartit. Després d'aquestes eleccions sí s'associa la marca ICV-EUiA a la defensa dels drets, tant nacionals com socials, i a la bel·ligerància contra les retallades en aquests àmbits. No obstant és difícil dir fins a quin punt aquest efecte és degut només a una bona campanya i fins a quin punt hi influeix l'ambigüitat dels grans partits en algun dels dos temes".

Solidaritat Catalana per la independència

Estratègia (SI)

Aquest jove partit es va fundar amb l'objectiu principal d'assolir la independència de Catalunya⁶², així que en el debat que es discuteix ocupa una postura fermament favorable.

Solidaritat Catalana per la Independència és un moviment polític que va néixer arran de la manifestació del 10 de Juliol del 2010. Després de la multitudinària reivindicació ignorada pel Govern aquest partit es va formar amb el propòsit d'aconseguir que Catalunya esdevingui un nou Estat. I aquesta ha estat la seva major voluntat en els seus dos anys en el Govern català.

En els seus inicis, com ja hem esmentat amb anterioritat, el partit va estar liderat per Joan Laporta, fins aleshores president del Futbol Club Barcelona. Joan Laporta havia triomfat com a president del Barça i es considerava una persona amb carisma, convincent i passional. Però a mitja legislatura, el març del 2011, Joan Laporta trencà l'acord amb Solidaritat Catalana per la Independència i López Tena començà a liderar el partit. Aquest darrer és el candidat en aquestes eleccions. Alfons López Tena es presenta per primera vegada com a candidat en unes eleccions autonòmiques així que cal donar-lo a conèixer. En el seu cartell electoral, com veurem més endavant, es destaca amb insistència la figura del candidat. Però aquest no compta amb el carisma i la popularitat del seu predecessor en el càrrec i això farà que s'hagi d'esforçar molt més per destacar com a líder polític.

Solidaritat Catalana per la Independència és una formació amb poca experiència en el Parlament, i com en tots els casos, els primers anys determinen l'èxit o fracàs d'un partit.

SI es juga molt en aquestes eleccions, té en joc la seva consolidació com a formació política. Però tot i l'elevat increment del sentiment independentista en la societat catalana, el fort poder dels partits opositors i l'extremisme del debat independentista plantegen unes eleccions on es podrien reforçar els més forts.

Solidaritat per la Independència busca captar els vots dels electors de CIU i ERC que manifesten d'una forma clara el seu suport a la independència. Però també demana el vot d'aquelles persones que votaven al PSC o a ICV i que ara que s'ha donat esperança a l'independentisme poden decidir donar el seu vot a un partit involucrat en aquest objectiu.

⁶² "Com va néixer SI" dins <http://ves.cat/aT5o> [Barcelona], [consultat: 28/02/2013]

Programa electoral (SI⁶³)

- Relació Catalunya – Espanya:

SI, tal i com el seu nom determina, té una postura clara sobre la posició de Catalunya, Estat independent.

“Caldrà que des del catalanisme es recordi que Espanya ens roba. I atès que en aquest paradigma seguirem vivint en una asfíxia premeditada, Solidaritat Catalana per la Independència, representant l'independentisme transversal, es carregarà de raons per combatre l'entramat de la misèria autonomista”.

“La voluntat de ser Catalunya és la voluntat de construir un Estat independent. En aquest sentit, oferim a la ciutadania un Govern d'Unitat per declarar la independència”.

- Referèndum o consulta:

L'objectiu d'aquesta formació és assolir la independència a través d'un referèndum popular i d'una proclamació formal realitzada per una majoria en el Parlament.

“La sobirania de Catalunya resideix en el poble català. El poble català és qui ha de ser consultat a l'hora de decidir la relació política que vol establir amb la resta de pobles i Estats del món”.

“Si Espanya impedeix el referèndum presentarem una Declaració d'Independència al Parlament de Catalunya, d'acord amb la comunitat internacional”.

- Mesures d'austeritat i deute públic:

En aquest programa electoral es critica l'actual model econòmic que es considera el causant de la crisi i es proposa un model fiscal propi en una Catalunya hipotèticament independent.

“Les retallades no són, doncs, cap solució sinó una conseqüència directa de l'ofec financer que patim”.

“Un cop establerts els instruments financers adequats, caldrà posar tot l'esforç en l'economia productiva, que permeti de generar creixement econòmic amb preus estables i balança comercial positiva. Un creixement econòmic però, que no sigui a qualsevol preu i que tingui com a objectiu la plena ocupació, la igualtat social i la qualitat ambiental”.

⁶³ “Programa electoral Solidaritat catalana per la Independència” dins <http://ves.cat/bqLO> [consultat: 28/02/2013]

IMATGE: EL CARTELL, SI



Imatge 15: Cartell electoral SI

Font: www.pinterest.com

Solidaritat catalana per la independència presenta en les seves segones eleccions un cartell clàssic i poc destacat. A simple cop de vista veiem la imatge del candidat i un cúmul d'informació on no en destaca una idea clara.

Alfons López Tena ocupa la meitat esquerra del cartell amb una postura frontal i el cos lleugerament inclinat

respecte la càmera; amb una expressió de tímida satisfacció transmet complicitat i il·lusió. Vesteix amb camisa blanca i americana negra, i només en destaca una corbata vermella similar a la del color corporatiu.

Com que es traca d'un partit jove i amb un nou candidat, han considerat necessari ressaltar el nom d'Alfons López Tena, que es troba a dreta de la seva fotografia i se'n destaca el cognom amb el color corporatiu. I perquè no hi hagi cap dubte s'aclareix sota text: *Candidat a la presidència de la Generalitat*. Ambdós textos estan escrits amb lletra de caixa alta però en destaca el primer, amb major dimensió.

Encapçalant el cartell hi trobem l'eslògan, *Vols la independència? Som garantia d'independència*. Aquest text és massa llarg per ser recordat pels electors, però fa una clara incisió al principal objectiu d'aquest grup parlamentari, que tanmateix es veu reforçat pel nom del partit. La utilització del terme *som* transmet una idea de conjunt, hi ha un líder, però som un col·lectiu. I l'expressió, *vota-la!*, en la nostra opinió, no és del tot encertada per un partit que tot i posicionar-se clarament a favor de la independència, té un rival més fort que defensa la mateixa idea, ERC. Hauria de fer una referència més directe al seu partit. Considerem que només amb la segona frase ja es transmetria el missatge principal i que seria més correcte, publicitàriament parlant.

El logotip el trobem, igual que en anteriors cartells, a la part inferior esquerra del quadre; i està format per text i imatge. Aquest té una clara dominant vermella que destaca la paraula *catalana* i el contorn de les inicials del partit, i junt amb la corbata i el cognom del candidat permeten detectar amb facilitat que es tracta d'un partit d'esquerres i més concretament, SI.

El fons de la imatge és de color blanc, l'altre color corporatiu del partit. Però per donar-li una lleugera textura es difon en els marges amb un blau cel. Aquesta nova dominant compensa l'agressivitat del vermell i suavitza l'entorn del candidat transmetent tranquil·litat i confiança.

Entrevista a Bruno Díaz (SI)

Durant la campanya de les eleccions del 25 de novembre del 2012, Bruno Díaz va ser membre del comitè electoral de Solidaritat Catalana per la Independència.

Com ja hem esmentat en l'inici d'aquest apartat el cartell escollit no va ser el més emprat pel partit en les diferents ciutats i pobles. I és que aquesta formació va optar per mostrar una imatge de partit i no de candidat, situant a López Tena acompanyat pel candidat de la demarcació on es situava el cartell, o bé recolzat per altres membres destacats de la llista com la Núria Cadenes i la Isabel-Clara Simó. Tal i com explica el membre del comitè electoral entrevistat, "Solidaritat en cap cas va fer una campanya personalista, sinó que volia transmetre que tenia un equip de persones serioses i preparades per fer la independència".

Tal i com ha explicat, el candidat apareix "arreglat, formal, preparat i capaç. Però ahora somrient i tranquil". Respecte els colors escollits pel fons de la imatge ha expressat que el que es volia transmetre era esperança. Però tanmateix ha explicat que "es va optar pels colors clàssics de SI, que ja es venien utilitzant en les campanyes anteriors".

En una anàlisi més general del cartell, Bruno Diaz ha explicat que tot i la importància que s'ha donat al candidat, s'ha volgut destacar amb força el missatge i la marca. I ha justificat l'eslògan *Som garantia d'independència* dient que es buscava "destacar que davant dels debats imprecisos i ambigus d'altres partits sobre la independència nosaltres érem els qui ho teníem clar, els que sabíem com fer-ho, i que el vot a Solidaritat era la garantia de que s'estirés CiU i ERC a fer el procés d'independència".

Un cop més hem aprofitat l'entrevista per preguntar al representant del partit sobre l'efectivitat subjectiva de la campanya realitzada i tot i els contundents resultats en les eleccions, Bruno Diaz s'ha mostrat satisfet amb el treball realitzat: "Amb la imatge de la campanya, i la línia amb el conjunt de la campanya, volíem reforçar una marca encara poc coneguda i que conté en sí un missatge potent i inequívoc. Crec que la idea que es volia transmetre políticament es va lligar correctament a la imatge". I ha justificat els mals resultats de la següent manera: "Malauradament tot i el reconeixement per part de molts ciutadans de la tasca de SI, en aquestes eleccions no van percebre com a útil el vot a SI perquè les opcions del catalanisme majoritari i històric, CiU i ERC, ja anaven a fer la independència. Per tant l'electorat no va percebre una gran diferència entre SI i aquests dos partits, i va optar per votar-los a ells".

Ciutadans – Partit de la Ciutadania

Estratègia (C's)

Aquest partit és la tercera vegada que es presenta a unes eleccions autonòmiques. En les dues darreres, les del 2006 i les del 2010, aquesta formació va obtenir al voltant de cent mil vots, disposant en ambdós casos de tres escons en el Parlament de Catalunya. Però malgrat la similitud dels resultats, hi va haver un increment en el nombre de vots que el partit buscarà millorar.

Pel que fa al debat central en aquestes eleccions, el dret a decidir, aquest partit es va posicionar ràpidament en contra d'aquesta opció. I és que Ciutadans – Partit de la Ciutadania inclou en el seu ideari⁶⁴ una forta crítica de l'actual model de les autonomies i explica l'amenaça que suposen les polítiques nacionalistes com l'Estatut aprovat l'any 2006. Per tant és una formació que s'oposa a la separació de Catalunya i Espanya. I en cap cas contempla la possibilitat de realitzar una consulta sobre la independència de Catalunya ja que opina que "el dret a decidir és de tots els espanyols⁶⁵".

Aquesta formació defensa la unitat de l'Estat per sortir amb més força d'aquesta crisi econòmica i superposa els drets dels ciutadans davant dels nacionalismes emergents. El partit ha estat crític amb les mesures econòmiques adoptades pel Govern català i espanyol i s'ha mostrat descontent amb desequilibri d'ús de les dues llengües cooficials en les aules catalanes.

El seu líder, Albert Rivera s'ha posicionat com un candidat fort, carismàtic i convincent capaç d'ocupar un lloc destacat en la primera línia política.

Aquest partit busca els vots que fins ara es dirigien al PPC, l'altre alternativa al nacionalisme català, però el seu tret diferencial és la seva defensa dels drets dels ciutadans i la seva oposició a les mesures d'austeritat. Aquesta jove formació busca captar aquells electors cansats de la monopolització de les grans forces polítiques i que cerquen la representació dels seus problemes reals.

Però també busca captar els vots d'aquells simpatitzants del Partit Socialista de Catalunya que no estan d'acord amb la recent decisió del partit, de donar suport al dret a decidir; però que sí que són partidaris de la defensa dels drets socials per davant de les mesures d'austeritat.

⁶⁴ "Ideari" dins <http://ves.cat/hhUV> [Barcelona], [consultat: 28/2/2013]

⁶⁵ "El dret a decidir és de tots els espanyols" avançament de l'entrevista a Albert Rivera amb Mònica Terribas" dins <http://ves.cat/hhUW> [Barcelona], (8 de novembre del 2012) [consultat: 28/02/2013]

Programa electoral (C's⁶⁶)

- Relació Catalunya – Espanya:

Ciudadans – Partit de la Ciutadania defensa la unitat d'Espanya davant d'un intent de fractura que considera que afectaria els drets civils, polítics i econòmics dels catalans i espanyols.

“Considerem que la divisió, la confrontació i el trencament introdueixen riscos, tensions, incerteses i dificultats en el camí per sortir de la crisi i millorar les condicions de vida dels catalans i la resta d'espanyols.

Si ens mantenim units, els beneficis econòmics i socials seran millors que els que s'obtidrien amb la independència”.

- Referèndum o consulta:

Aquest grup polític s'oposa a la celebració d'un referèndum i ho justifica argumentant que aquesta decisió, que afecta al conjunt de l'Estat, ha d'estar acordada per tots els espanyols.

“La integritat territorial d'un Estat afectat a tots els seus ciutadans i no només a aquells que volen separar-se; afecta als drets polítics, civils i econòmics de tots els espanyols. Per aquest motiu, C's s'oposa a cap tipus de referèndum o consulta sobre la separació de Catalunya de la resta d'Espanya que no es dugui a terme a través dels procediments constitucionals i que sigui aprovat per les Corts Generals dipositàries de la sobirania nacional que recau sobre el conjunt dels espanyols”.

- Mesures d'austeritat i deute públic:

Per afrontar l'actual crisi econòmica aquest partit argumenta que sense creixement no pot haver ni austeritat ni apujada d'impostos, es partidari de revisar les despeses de l'Estat i de la Generalitat i buscar l'aliança de la Unió Europea per realitzar el sanejament de la banca.

“L'èxit polític i econòmic de les reformes estructurals que s'han dut a terme i que encara s'han de realitzar a Espanya a fi d'augmentar la competitivitat de la seva economia, requereix que les polítiques d'austeritat, que ens han fet entrar en un cercle viciós de major recessió i atur, deixin pas a polítiques de rigor pressupostari i creixement que suposin creació de riquesa i de llocs de treball”.

⁶⁶ “Programa electoral Ciudadans – Partit de la ciutadania” dins <http://ves.cat/hhUY> [consultat: 28/02/2013]

Imatge: el cartell electoral (C's)



Imatge 16: Cartell electoral C's
Font: www.catalunyapress.cat

Cal destacar l'evolució del disseny gràfic en els cartells electorals d'aquest partit polític, que en les seves terceres eleccions, ha deixat enrere una imatge diferenciada i trencadora per realitzar un dels cartells més clàssics i inexpressius de la campanya.

En una imatge de tonalitat blanca que busca transmetre puresa i serenitat trobem un primer pla del candidat. Aquest, amb la mirada directe a la càmera, el cos lleugerament inclinat respecte l'objectiu i un enquadrament tancat, transmet confiança i seguretat.

Aquesta tonalitat blanca que esmentàvem permet destacar millor la resta d'elements que conformen la imatge.

L'eslògan de la campanya, *Mejor unidos*, està escrit amb una tipografia de caixa baixa, en negreta i en cursiva, cosa que aconsegueix la unió de les lletres i reforça el missatge. L'elecció

d'aquesta tipografia destaca en comparació amb les utilitzades per la resta de partits polítics.

Acompanyant a l'eslògan hi trobem el disseny d'un cor que està compost per la unió de les banderes de Catalunya, Espanya i Europa. Un element que reforça el missatge i fa destacar, visualment, el cartell.

En la part inferior del quadre es situa el logotip del partit. A diferència dels que hem vist amb anterioritat, es tracta de la versió ampliada que inclou la imatge i el text, el motiu d'aquesta elecció rau en que és un partit relativament nou i que alguns encara no coneixen.

El nom del candidat, *Albert Rivera*, el trobem en un requadre de color taronja a la part superior de la imatge. Aquest element i el logotip del partit són els que destaquen el color corporatiu del cartell.

Entrevista a José Manuel Villegas (C's)

José Manuel Villegas va ser el director de la campanya autonòmica a nivell nacional del 2012.

En una entrevista realitzada ens ha pogut explicar quins objectius tenien amb el cartell electoral i com els van plasmar. Segons el director de la campanya l'objectiu era presentar-se com un partit que "s'oposa a la separació i a l'enfrontament" i "oferir la imatge del candidat com la personificació d'aquesta idea".

Quan li preguntem pels elements utilitzats en el cartell ens dona una explicació molt simple però concisa: "Vam utilitzar un fons molt clar, una imatge del candidat molt preminent i pròxima. Es va fer una decoloració de la fotografia per destacar aquesta sensació de claredat i neteja. Sobre aquest fons i aquesta fotografia destaca molt l'eslògan".

José Manuel Villegas ha defensat el cartell realitzat al·legant que "creiem que al nostre partit se l'ha percebut i se'l percep com un dels principals referents de la unió, i al nostre candidat com un líder capaç de ser el capdavanter d'aquesta idea i d'altres com la lluita contra la corrupció."

Hem demanat perquè aquesta vegada han optat per una imatge de format més tradicional tenint en compte que ens les darreres eleccions autonòmiques havien realitzat una imatge atrevida i destacada presentant al candidat i a diversos ciutadans despullats; i aquesta ha estat la seva resposta: "L'atreviment implica risc. Quan has de convèncer a un nombre més reduït d'electors pots arriscar amb formes que poden molestar a altres. Quan va ampliant el nombre de electors als que pots captar s'han de limitar els riscos de causar rebuig."

➤ Candidatura d'Unitat Popular

Estratègia (CUP)

La Candidatura d'Unitat Popular va néixer amb l'objectiu de gestionar el territori a nivell local. Així que la decisió de presentar-se per primera vegada a unes eleccions autonòmiques no va ser unànime. Hi va haver un debat molt intens que dividia el partit. Però donat que es tractava d'un esdeveniment tan important i la campanya s'hauria d'organitzar a corre cuita, el partit es va afanyar a prendre una decisió i es disposà a començar a treballar.

Amb la crisi econòmica i les reivindicacions ciutadanes aquesta formació ha pres força en la defensa dels drets socials sota la bandera independentista. La CUP va demanar la participació en la multitudinària manifestació de l'onze de setembre del 2012 a Barcelona i es va adherir a la iniciativa popular *No vull pagar*. Aquesta jove agrupació sorgeix de persones desencantades amb l'actual sistema econòmic, polític i social dels països catalans. Són una formació antisistema que busca una remodelació de la política a través de la democràcia directe per així solucionar i vetllar pels problemes reals de la societat.

Tot i que aquest partit participa per primera vegada en unes eleccions autonòmiques, la defensa de l'autodeterminació, l'empitjorament de les condicions dels ciutadans, el desmantellament de l'estat del benestar i l'activació de la societat en forma de reivindicacions i mobilitzacions donen força a la nova alternativa.

Pel que fa al dret a decidir, aquest partit va néixer, entre altres, de la voluntat d'independitzar els Països Catalans. Malgrat la discrepància amb altres formacions, del territori que s'ha d'emancipar, el partit es mostra favorable a una separació de Catalunya respecte d'Estat espanyol i amb el temps del conjunt del territori de parla catalana.

La CUP busca el suport d'aquells votants d'esquerres decebuts per la deshumanització i l'actuació política dels partits actuals, i que tanmateix veuen en un territori independent l'única sortida per crear un sistema renovat basat en els drets socials i en la democràcia política.

Aquest partit realitzarà una campanya no presidencialista amb una actuació local realitzada des de les diferents agrupacions esteses en el territori. El seu líder, David Fernández tindrà una participació menys activa en la campanya que els altres candidats a la presidència.

Programa electoral (CUP⁶⁷)

- Relació Catalunya – Espanya:

Aquest partit polític té una postura clara des de la seva creació: la independència dels països catalans.

“La CUP defensa que només junt amb la consecució de l’emancipació social, serà possible reeixir en el procés per constituir la independència nacional”.

- Referèndum o consulta:

La CUP es basa en el sistema democràtic de vot directe per debatre qualsevol qüestió d’interès general, la independència de Catalunya, per tant, ha de ser escollida democràticament pel poble.

“Forçarem la ruptura amb els estats ocupants a través de l’exercici del dret a l’Autodeterminació del poble català, i apostarem per una república catalana que abraci el conjunt del territori nacional, de Fraga a Maó i de Salses a Guardamar”.

“La democràcia socialista que defensem vol anar més enllà del sistema representatiu actual, per aquest motiu promourem, entre d’altres mesures, l’obligatorietat de convocar referèndums per aprovar totes aquelles lleis que afectin qüestions i àmbits d’interès general”.

- Mesures d’austeritat i deute públic:

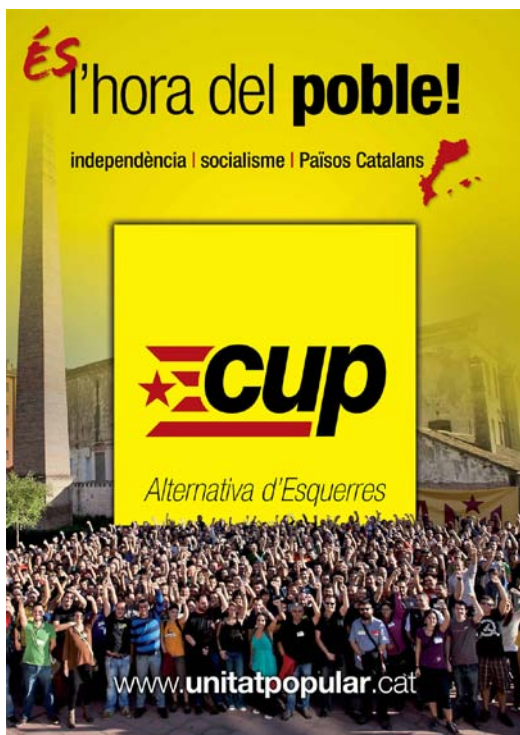
Aquesta agrupació relaciona l’actual capitalisme de Catalunya i Espanya amb l’economia especulativa. Proposa un model que potencii l’autogestió i el cooperativisme per tal de bastir les necessitats del poble.

“La CUP-Alternativa d’Esquerres defensa que la nostra política econòmica s’ha de fixar en funció de les necessitats socials i econòmiques de la majoria de la societat, mai en funció d’unes demandes externes. El primer pas en la construcció de la sobirania econòmica passa per declarar nul i suspendre el pagament del deute públic il·legítim del fons d’inversió i la banca internacional”.

“La CUP-Alternativa d’Esquerres defensa un model socioeconòmic socialista i ecològic enfront del model capitalista”.

⁶⁷ “Programa electoral Candidatura d’Unitat Popular” dins <http://ves.cat/hhUZ> [consultat: 28/02/2013]

IMATGE: EL CARTELL, CUP



Imatge 17: Cartell electoral CUP
Font: www.catalunyapress.cat

El cartell electoral de la CUP destaca igual que ho fa el partit.

A primer cop d'ull el que veiem és que s'ha substituït el candidat per una multitud de persones i que destaca el color groc i el text informatiu.

Amb una mirada més atenta podem observar el logotip i l'eslògan. El primer es presenta ocupant, en grans dimensions, la part central del cartell. I està format per la imatge i el lema del partit, *Alternativa d'Esquerres*.

L'eslògan, *ÉS l' hora del poble!* es troba en la part superior del quadre i està escrit amb tres tipografies diferents per tal de destacar les dues paraules clau: *és* i *poble*. *ÉS* denota el temps present; i *poble* fa referència al funcionament democràtic del partit i a la qüestió d'interès general que afecta a tota la

societat i es discuteix en l'actualitat, la independència de Catalunya.

Sota l'eslògan hi trobem tres termes claus de la voluntat d'aquest partit, *independència*, *socialisme* i *Països Catalans*. I acompanyant al text hi ha una imatge de la silueta del territori esmentat.

En la part inferior del quadre se'ns facilita el correu electrònic de la formació, que permet desxifrar part de les inicials del grup parlamentari i reforça la difusió del nou partit.

La imatge de la multitud donant suport a una mateixa causa reforça la base d'aquest partit, el poder no és dels polítics sinó del poble; i tanmateix, recorda a les congregacions de ciutadans manifestant-se per mostrar la voluntat i oposició de la societat.

La gran dimensió del logotip i la fusió de la fotografia amb el color corporatiu es tradueixen a una dominant groga en el cartell. Aquesta tendència, però es veu trencada per l'Estelada, la paraula *és* i la silueta dels Països catalans, totes tres de color vermell. Si al visualitzar aquests dos últims elements sota un fons groc tenim en compte les subtils línies vermelles que divideixen els conceptes claus del partit obtindrem una pinzellada de la bandera de Catalunya, una nova referència al sentiment nacionalista.

Entrevista a Biel de Montserrat (CUP)

Biel de Montserrat va ser membre de l'equip de campanya de la CUP en les eleccions autonòmiques del 25 de novembre del 2012.

Al tractar-se d'un partit nou en l'àmbit autonòmic varem creure que era interessant conèixer quin objectiu perseguïen com a partit. I l'explicació del seu portaveu va ser la següent: "Nosaltres aspiràvem a portar el projecte polític, que fins ara s'havia centrat només en els municipis, i fer-lo anar una mica més enllà per poder donar resposta des d'un nivell més a les problemàtiques i als reptes que ens plantejem com a organització."

Biel de Montserrat ens ha concretat que l'objectiu de la CUP era "donar resposta a una triple crisi que vivia el país, que era nacional, era social i era democràtica; i podem afegir-hi una quarta, que no hi fèiem constar, però que és l'ambiental i energètica."

Pel que fa al cartell electoral, l'entrevistat ha explicat que es volia destacar el concepte poble, missatge que queda reforçat per la reiteració en l'eslògan i en la fotografia. Demanaven la implicació i activació popular.

La fotografia, allunyada del rostre pròxim i afable del candidat, mostra una multitud que podria representar el poble però que tanmateix ens presenta el partit com un conjunt de persones i no com un líder. Biel de Montserrat ens ha donat la seva opinió personal sobre aquesta fotografia: "Penso que sabem transmetre aquesta idea d'organització una mica diferent, de manera de fer molt més participativa, conjunta, i que la imatge en general que transmet és de projecte més obert, menys convencional i més participatiu."

El logotip, de grans dimensions i en el centre de la imatge, és un element molt destacat del cartell. En el nostre anàlisi ja hem esmentat que això és a causa del desconeixement del partit per gran part de la ciutadania, i el representant de la CUP ha reforçat la nostra teoria: "Sabíem que en aquest cas hi havia molts municipis on no ens coneixien i per tant era important que la gent identifiqués qui érem i que es visualitzés una mica el logotip."

TEMA 2

MITJANS DE COMUNICACIÓ

HISTÒRIA I IDEOLOGIA DELS SET DIARIS ESCOLLITS

Els diaris escollits són d'informació general, d'àmbit català o espanyol i es consumeixen a Catalunya.

L'elecció d'aquests s'ha determinat en base als diaris generalistes més llegits a Catalunya i a Espanya. Cal destacar que tot i que els diaris *Público* i *La Razón* són força més llegits que el diari *ABC* a Catalunya, hem seleccionat el darrer ja que és el quart més llegit de l'estat espanyol, amb una tirada molt superior als altres dos. Sent així, els diaris en els que es basarà la nostra investigació, segons la seva tirada a Catalunya, són: *La Vanguardia*, *El Periódico*, *El País*, *El Punt Avui*, *l'Ara*, *El Mundo* i *l'ABC*.

El tracte que fan aquests diaris de la imatge dels diferents candidats, així com la prioritització de les diferents notícies, connoten el punt de vista, els interessos i les tendències polítiques de cadascun d'ells. Una de les bases del periodisme és que ha de ser el màxim objectiu possible, però el tracte de la informació el realitzen persones i aquestes amb les paraules que escriuen i les imatges que escullen, modifiquen la realitat objectiva de la notícia. A aquest fet, cal afegir-hi que les persones que dirigeixen el diari i que realitzen la jerarquia de les notícies, prioritzen els fets des de la seva mirada, cosa que dona un enfocament subjectiu a la notícia i a la importància d'aquesta.

Per entendre millor la informació que transmeten els mitjans és important conèixer d'on venen, com han tractat fins aleshores els temes que afecten a Catalunya i quina és la seva tendència política. És per això que a continuació farem una breu explicació dels mitjans escrits escollits.

➤ **La Vanguardia**

El diari *La Vanguardia*⁶⁸ va ser fundat per Don Carlos Godó i Don Bartomé Godó i es publicà per primera vegada el 1 de Febrer del 1881. És d'àmbit estatal i s'edita a Barcelona. En els seus orígens publicava únicament en castellà però des del maig del 2011 també ho fa en català.



Imatge 18: Logotip *La Vanguardia*
Font: www.lavanguardia.com

Durant els anys noranta del s.XIX, gràcies a un contingut innovador, aquest diari es va convertir en el preferit dels intel·lectuals i l'alta societat de Barcelona.

Està considerat ideològicament com un diari nacionalista català, i políticament parlant, de centre dreta. Aquest rotatiu es considera afí al partit polític de Convergència i Unió.

El diari *La Vanguardia* pertany al Grup Godó⁶⁹. Aquest és un grup de mitjans de comunicació que compta amb diversos diaris, revistes, emissores de ràdio i cadenes de televisió.

Aquest rotatiu és el diari d'informació general més llegit a Catalunya amb més de 840.000 lectors diaris⁷⁰.

➤ **El Periódico de Catalunya**



Imatge 19: Logotip *El Periódico*
Font: www.elperiodico.cat

*El Periódico de Catalunya*⁷¹ nasqué l'any 1978. S'edita a Barcelona i publiquen dues versions del diari, una en català i l'altre en castellà.

Aquest diari pertany al Grup Zeta⁷², un grup de comunicació que engloba diversos mitjans catalans i espanyols.

⁶⁸ www.lavanguardia.com [Barcelona], [consultat: 13/03/2013]

⁶⁹ www.grupogodo.com [Barcelona], [consultat: 13/03/2013]

⁷⁰ "Rànquing premsa diària Catalunya" dins <http://ves.cat/hhUX> [Barcelona], (3ra onada 2013) [consultat: 23/06/2013]. Totes les dades de les tirades dels diaris que es donen a continuació en el text estan extretes d'aquest web.

⁷¹ www.elperiodico.cat [Barcelona], [consultat: 13/03/2013]

⁷² www.grupozeta.es [Madrid], [consultat: 13/03/2013]

Tant el Grup Zeta com *El Periódico de Catalunya* tenen una tendència ideològica de centre esquerra i sovint s'han associat amb el PSC-PSOE. El diari és considerat catalanista no nacionalista.

El Periódico de Catalunya és el segon diari més llegit de Catalunya amb 667.000 lectors diaris.

➤ **El País**

The logo for 'EL PAÍS' is displayed in a large, bold, black serif font. The word 'EL' is smaller and positioned to the left of 'PAÍS'. A small blue horizontal line is above the 'I' in 'PAÍS'.

Imatge 20: Logotip *El País*
Font: www.elpais.com

El diari *El País*⁷³ és un diari de difusió estatal que va iniciar les seves publicacions l'any 1976. Poc després de la mort del dictador Francisco Franco i en el context de la transició espanyola, va néixer aquest diari clarament partidari de la democràcia. Tot i que històricament ha mostrat afinitat política al PSOE, amb els anys s'ha anat distanciant d'aquest partit.

Ideològicament es considera de centre esquerra, partidari del model europeu i constitucionalista.

El diari *El País* pertany al Grup Prisa⁷⁴ (Promotora de informacions S.A) que és un dels grups de comunicació més importants de l'Estat espanyol. Compta amb una gran varietat de diaris, televisions, ràdios, revistes i editorials.

El País és el tercer diari generalista més llegit a Catalunya amb 221.000 lectors diaris, i és el primer de l'Estat espanyol.

➤ **El Punt Avui**

The logo for 'EL PUNT AVUI+' is displayed in a bold, sans-serif font. 'EL PUNT' is in black, 'AVUI' is in red, and a red plus sign is to the right of 'AVUI'.

Imatge 21: Logotip *El Punt Avui*
Font: www.elpuntavui.cat

*El Punt Avui*⁷⁵ neix de la fusió del diari *El Punt*, d'àmbit gironí, i del diari *Avui*, que es publicava i s'editava a Barcelona. Aquests dos rotatius, que nasqueren entre en 1976 i el 1979, es van fusionar el juliol del 2011, per realitzar des d'aleshores una edició conjunta que es difondria per tot Catalunya.

⁷³ www.elpais.com [Madrid], [consultat: 17/03/2013]

⁷⁴ www.prisa.com [Madrid], [consultat: 17/03/2013]

⁷⁵ www.elpuntavui.cat [Barcelona-Girona], [consultat: 17/04/2013]

El Punt Avui destaca per oferir una informació de proximitat sobretot pel que fa a les comarques gironines, fet que l'ha convertit en un diari de gran influència en aquesta província.

Ideològicament es considera una diari de tendència independentista i de centre esquerra.

Aquest diari pertany al Grup Hermes⁷⁶, el primer gran grup de premsa escrita en català.

Aquest diari el llegeixen gairebé 200.000 persones diàriament.

➤ **ARA**

The logo for ara.cat features the text 'ara.cat' in a bold, blue, sans-serif font. The text is positioned between two horizontal blue lines that extend slightly beyond the width of the text.

Imatge 22: Logotip Ara
Font: www.ara.cat

Aquest rotatiu va iniciar les seves publicacions el novembre del 2010, coincidint amb les eleccions al Parlament de Catalunya.

El jove diari va ser impulsat per reconeguts periodistes en el territori català. Entre els seus accionistes destaca Carles Capdevila, Albert Om,

Toni Soler, Mònica Terribas, Antoni Bassas i Xavier Bosch, entre d'altres.

El diari *Ara*⁷⁷ s'edita en català i el seu àmbit de difusió és Catalunya. Aquest rotatiu neix en l'era de les noves tecnologies i les xarxes social, així que apel·la a la creixent connexió d'informació entre el paper i la pantalla.⁷⁸

Es considera un diari d'esquerres i catalanista, i mostra una clara tendència a l'independentisme.

Aquest diari el llegeixen més de 121.000 persones diàriament a tot Catalunya.

⁷⁶ "Grup Hermes" dins <http://ves.cat/hhU2> [Barcelona-Girona], [consultat: 17/04/2013]

⁷⁷ www.ara.cat [Barcelona], [consultat: 17/03/2013]

⁷⁸ "Manifest fundacional" dins <http://ves.cat/hhU3> [Barcelona], [consultat: 19/04/2013]

➤ **El Mundo**

El diari *El Mundo*⁷⁹ és de difusió estatal, està escrit en castellà i editat a Madrid. Aquest es va fundar l'any 1989 i el seu director és Pedro J. Ramírez.



Imatge 23: Logotip *El Mundo*
Font: www.elmundo.es

Es considera un diari de dretes amb gran afinitat política al Partit Popular. És més liberal que conservador. I sempre s'ha mostrat molt crític amb el nacionalisme català i amb d'independentisme.

Aquest diari pertany a Unitat Editorial⁸⁰, un grup de comunicació d'àmbit espanyol que compta amb nombrosos diaris i revistes, entre els que destaca el diari esportiu Marca, el diari més llegit a Espanya.

El Mundo compta amb més de 65.000 lectors diaris a Catalunya.

➤ **ABC**

El diari⁸¹ *ABC* va néixer l'any 1903 a Madrid.



Imatge 24: Logotip *ABC*
Font: www.abc.es

Es considera un diari de dretes i centralista amb afinitat al Partit Popular. Sempre ha defensat la unitat d'Espanya i s'ha mostrat contrari a les reivindicacions catalanistes i a una major autonomia per a Catalunya. És un diari més conservador que liberal i dona un clar suport a la recentralització de l'Estat.

Aquest rotatiu pertany al grup de comunicació Vocento⁸², que és afí a la dreta espanyola.

El diari *ABC* el llegeixen 16.000 persones diàriament a Catalunya.

⁷⁹ www.elmundo.es [Madrid], [consultat: 19/04/2013]

⁸⁰ www.unidadeditorial.com [Madrid], [consultat: 19/04/2013]

⁸¹ www.abc.es [Madrid], [consultat: 21/04/2013]

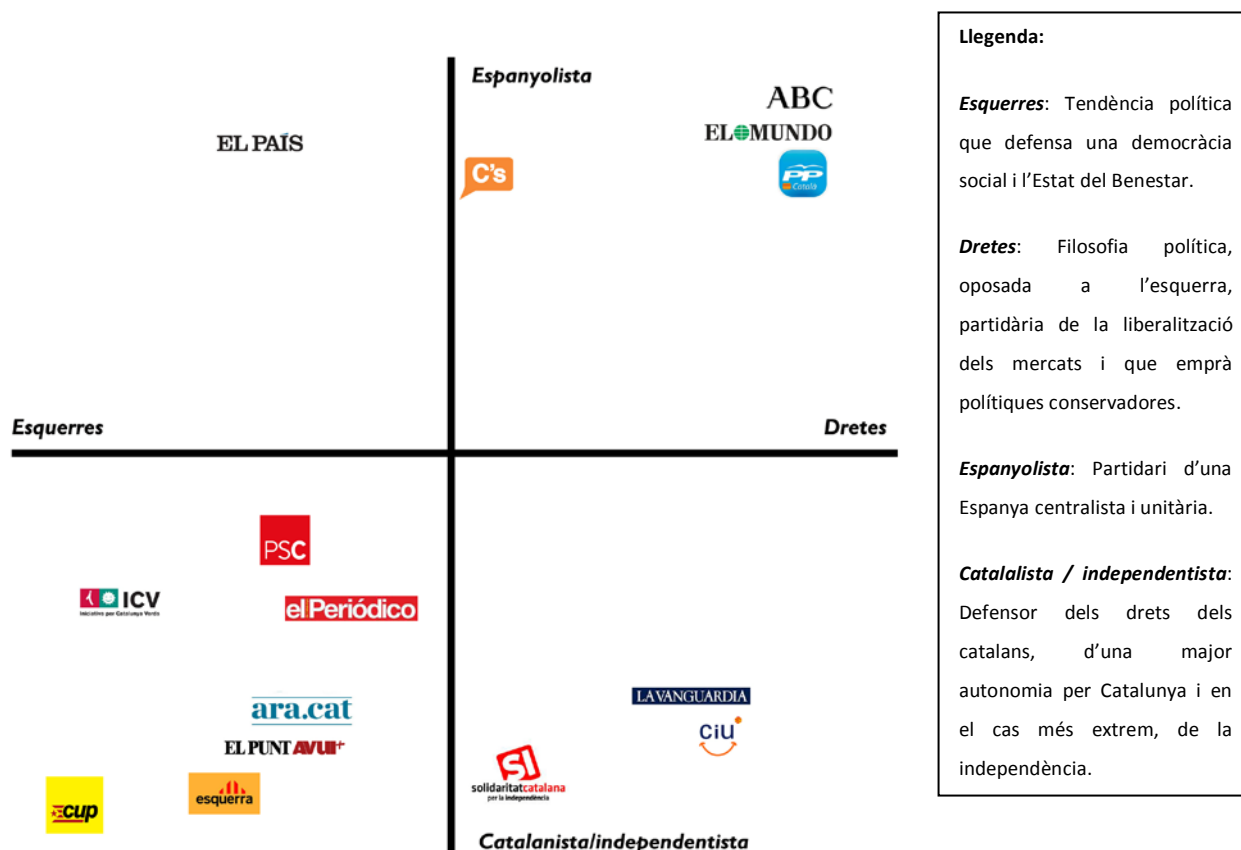
⁸² www.vocento.com [Madrid], [consultat: 21/04/2013]

POSICIONAMENT DELS PARTITS POLÍTICS I DELS DIARIS

Ara que coneixem els partits polítics que es van presentar a les eleccions del 25N i els diaris on observarem les imatges de la campanya electoral, posarem en relació, mitjançant el següent gràfic, la situació de cadascun d'ells en funció de la seva tendència de dretes, d'esquerres, espanyolista o catalanista/independentista. D'aquesta manera podrem conèixer visualment la proximitat entre els partits polítics i els mitjans escrits més llegits a Catalunya. I això ens permetrà analitzar i entendre amb més precisió perquè publica les imatges que publica cada mitjà.

Per establir la situació en l'esquema dels diferents partits polítics i mitjans ens hem basat en la seva història, trajectòria i identitat.

Imatge 25: Gràfic posicionament dels partits polítics i dels diaris (2012):



Font: Elaboració pròpia a partir dels arguments escrits en aquest treball.

ANÀLISI DE LES PORTADES DEL 9 DE NOVEMBRE DEL 2012

En un diari, igual que en un noticiari de televisió, les notícies segueixen una jerarquia. En una reunió entre el director del diari i els redactors en cap de les diferents seccions es debaten els temes d'actualitat i s'estableix un ordre segons la importància d'aquests⁸³.

Tot i que la majoria de vegades es prioritzen les mateixes notícies en els diferents diaris, la diferència del tracte, de la descripció, de la imatge i de l'espai que ocupen, connota la ideologia de cada mitjà.

A continuació observarem les portades que van realitzar els set diaris escollits el dia en que es va iniciar la campanya electoral de les eleccions del 25 de novembre, la portada del 9 de novembre del 2012.

El diaris en paper es publiquen a primera hora del matí amb les notícies de la jornada anterior. Així que si nosaltres haguéssim optat per analitzar què deia la premsa al finalitzar-se el primer dia de campanya hauríem seleccionat les portades del dia 10. Però donat que aquestes es van centrar, en gran part, en el suïcidi d'una dona que havia de ser desnonada, i de totes maneres el nostre objectiu era observar com tractaven els mitjans la campanya electoral que just s'iniciava, ens vam decantar per analitzar les portades del dia 9 de novembre del 2012.

A partir d'aquí realitzarem una anàlisi d'aquestes tenint en compte els interessos i influències polítiques de cada mitjà. L'ordre que seguirem no ve regit per l'audiència de cada diari sinó per una visió subjectiva de com es destaca la notícia, això ens permetrà establir les similituds del tracte que en fan.



Imatge 26: Recull de les portades dels diaris seleccionats, 9 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes del web www.kiosko.net

⁸³ "Com funciona un diari?" dins <http://ves.cat/hhU5> [consultat: 01/05/2013]

El primer que cal destacar és que la portada de tots els diaris apel·len a l'inici de les eleccions, ja siguin d'àmbit espanyol o català.

Les portades dels diaris *El Mundo* i *l'ABC* són els que fan una referència més directa al candidat de CIU; aquest és un fet curiós, ja que són diaris d'àmbit espanyols i pròxims a la dreta del PP⁸⁴. Això connota la tendència bipartidista del sistema espanyol; que no té en compte la gran diversitat de partits existents.

➤ El Mundo

Del diari *El Mundo* també cal destacar que és l'únic que empra banderes, i no només això, sinó que escull publicar una imatge en portada del candidat convergent envoltat d'estelades. L'elecció d'aquesta fotografia, atenent a la ideologia d'aquest mitjà, centralista i anticatalanista, fa incrementar l'odi dels seus lectors cap als independentistes. Cosa que tanmateix, provoca una reacció de vot útil i contrari a aquesta alternativa.

En la imatge s'estableix un fort lligam entre Artur Mas i l'independentisme català. Però la voluntat de mostrar això, no rau en que s'hagi escollit la millor fotografia, tècnicament parlant, sinó en la necessitat de exposar a Mas com l'enemic d'Espanya. El problema és que això no només provoca un odi cap a l'independentisme, sinó també cap a Catalunya. Per tant, l'elecció d'aquest tipus de fotografia per un mitjà d'aquest perfil fa allunyar, encara més, catalans i espanyols.

Un altre element destacable és la postura del candidat, que es situa en el centre de la imatge, de peu, amb el braç alçat i representant amb la mà aquell gest, ja habitual, que simbolitza les quatre barres de la bandera de Catalunya. Un cop més, l'elecció d'una fotografia amb aquest símbol, reforça el missatge nacionalista i fa incrementar el rebuig dels lectors del diari cap a aquesta tendència ideològica.



Imatge 27: Portada *El Mundo*, 9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

⁸⁴ CAMPRECÍOS, Xavier, "El Cabdillisme i les guerres de sondeig del 25N, en els diaris de Madrid" dins <http://ves.cat/hhU6> [Barcelona], (9 de novembre del 2012) [consultat: 01/05/2013]

➤ **ABC**

El diari ABC ocupa quatre cinquenes parts de la portada amb la notícia de les eleccions. Aquest rotatiu destaca els sondejos sobre el resultat de les enquestes amb les dues cares d'Artur Mas, la de la victòria i la de la derrota (no assolir la majoria absoluta). Sobre un fons gris podem veure un Mas triomfador amb la mà en primer terme representant les quatre barres de la bandera de Catalunya, com el triomf d'una nació. Aquesta imatge ve acompanyada de la primera part del titular: "El sondeig de Mas li dona majoria absoluta..." Però en la part inferior dreta del quadre tenim l'altre cara de la moneda, un Mas decebut i preocupat que es posa la mà al cap i manté la mirada al terra. A la dreta del candidat es finalitza el titular: "...però el CIS⁸⁵ la tomba".



Imatge 28: Portada ABC, 9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

En aquest muntatge fotogràfic es busca mostrar la debilitat del catalanisme. Artur Mas s'ha posicionat darrerament com el líder d'una nova Catalunya, i aquest diari, contrari a aquesta ideologia política, ha optat per assenyalar que aquest sentiment no és tant generalitzat com s'especulava; i que per tant, és possible tombar-lo.

El contrast entre el triomf i la derrota s'ha decidit exposar sobre un fons gris. Els colors tenen simbologies, i una fotografia amb una dominant transmet i modifica la percepció d'aquesta. En aquest cas, el color gris simbolitza⁸⁶ tristesa, dubtes, boira i falta de convenciment; per tant és un element més que reforça la inestabilitat del catalanisme/independentisme d'Artur Mas.

El darrer element destacat de la fotografia és que el candidat està en color quan es considera guanyador, però es troba en blanc i negre quan es mostra derrotat. El fet d'exposar a Mas en tonalitats grises reforça la falta de viabilitat del que defensa.

⁸⁵ CIS: Centre d'Investigacions Sociològiques. Per conèixer més informació: www.cis.es [consultat: 01/05/2013]

⁸⁶ HELLER, Eva, *Psicología del color*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, SL., 2004.

El diari *Ara* i el *Punt Avui* són els únics rotatius del nostre anàlisi que tenen com a únic àmbit de difusió Catalunya. També són els que més espai destinen en la seva portada a l'inici de les eleccions.

➤ **Ara**



Imatge 29: Portada *Ara*, 9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

El diari *Ara* ocupa gran part de la portada amb la notícia de les eleccions sota el titular: “La partida decisiva”. Aquest ve acompanyat per un subtítol de menor dimensió situat a la part superior de la imatge: “Eleccions al Parlament 25N”. Tots dos titulars estan superposats al quadre i sobre fons negre, sent així més destacats.

La imatge és un muntatge on es pot observar una fotografia dels escons buits del Parlament de Catalunya, i superposades, es poden veure les fitxes d'una partida del joc de taula *Scrabble*, on les paraules formades són els temes d'interès que afecten a les eleccions: dret a decidir, independència, austeritat, consulta, federalisme...

Aquest rotatiu destaca per les seves portades vistoses i originals; i un cop més ha optat per realitzar una imatge cridanera on interacciona imatge i text. Aquest titular no parla de partits polítics, no parla de candidats ni d'actes de campanya, sinó que opta per centrar-se en el que està en joc en aquestes eleccions.

Tot i que a primer cop de vista no és apreciable, podem veure que les paraules *Catalunya* i *dret a decidir* estan en negreta. I malgrat la sotilesa amb la que es destaquen, la nostra mirada, inconscientment, són les paraules que primer percep.

La fotografia escollida del Parlament de Catalunya no permet apreciar la totalitat de la cambra així que cal identificar els seients; però recordem que l'*Ara* té un perfil de lector⁸⁷ amb estudis, certa cultura general i inquietuds polítiques, així que es poden permetre el luxe de no ser tant explícits i buscar la originalitat.

⁸⁷ “Així és el lector de l'*Ara*” dins <http://ves.cat/hhU0> [Barcelona], (10 d'Abril del 2011) [consultat: 02/05/2013]

➤ **El Punt Avui**



Imatge 30: Portada *El Punt Avui*, 9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

El Punt Avui reconeix obertament el seu suport a la causa independentista. Des del juny del 2012 compta amb una secció anomenada: *Catalunya vol viure en llibertat*, que des de fa molt de temps recorda en la seva portada; i un cop més, durant la campanya, segueix anunciant.

Però la portada, clarament ocupada per les incerteses de les eleccions que s'inicien, també inclou publicitat, suplement i altres seccions; tot sobreposat a la imatge de fons.

Ja entrant en l'anàlisi de la imatge sobre les eleccions, trobem un destacat interrogant de color vermell que ocupa la meitat dreta del quadre. Aquest destaca sobre un fons groc que es fusiona amb un vermell emblanquinat permetent una bona lectura del símbol. Amb unes dimensions molt reduïdes, però sense passar desapercebut podem apreciar a

la part superior de l'interrogant, la silueta d'una persona que corre amb l'estelada a una mà i una papereta per votar a l'altre. El seu destí són les eleccions al Parlament de Catalunya del 25N, com clarament s'expressa a continuació del personatge. Aquest diari fa una clara apel·lació al vot fent-ne una simbòlica demostració on la silueta no només vota, sinó que s'afanya per votar, com es dona a entendre per l'efecte aconseguit pel negre difós. I inherentment en el missatge demanen el vot per la independència. Cal destacar que és el diari que mostra més directament la seva tendència ideològica.

A la banda esquerra de la imatge hi trobem la informació de la notícia sense un titular destacat. Un conjunt de preguntes escrites amb negreta formulen les incògnites i especulacions sobre el resultat de les eleccions. En aquestes preguntes s'esmenten els partits polítics de CIU, PSC i ERC, alguns dels principals partits pel que fa a nombre de vots, però cal destacar, que s'obvia el PPC. Finalment, sota aquestes preguntes hi trobem un titular poc destacat: "La cursa electoral arrenca amb l'objectiu d'aclarir, el 25N, molts dubtes sobre el futur de Catalunya". En aquest, un cop més, es fa un clar incís, com fan altres mitjans i partits, en que aquestes són les eleccions de la independència⁸⁸.

⁸⁸ "Eleccions catalanes 2012: La campanya electoral arrenca a Catalunya amb la independència com a protagonista" dins http://ves.cat/hhU_ [Madrid], (8 de novembre del 2012) [consultat: 03/05/2013]

➤ **El Periódico de Catalunya**



Imatge 31: Portada *El Periódico*, 9 de novembre del 2012
Font: www.kosko.net

El Periódico de Catalunya és el darrer diari que publica una imatge destacada sobre la campanya que s'inicia.

La notícia ocupa tres quartes parts de la portada, però tant el titular com la fotografia ofereixen una perspectiva diferent a la dels altres mitjans. El missatge és força clar: "Volem saber". I sota aquest, podem llegir l'explicació. L'enfocament de la notícia dona un gir a aquelles tradicionals portades que ajuden als polítics a difondre els seus missatges. Aquest rotatiu proposa un projecte anomenat: *Entre tots*⁸⁹, en el que sigui la gent la que suggereixi als candidats els temes que han de tractar. Una visió progressista que recorda que és el poder el ha d'estar al servei del poble, i no a l'inrevés.

Sota el text hi trobem la imatge dels deu lectors del rotatiu que duren a terme la proposta situats en la part dels visitants del Parlament de Catalunya. La sala, amb els escons buits, suma seriositat i realisme al projecte. Per una altra banda, l'elecció dels lectors, no feta a l'atzar, ofereix una diversitat de sexes i edats, cosa que busca representar la diversitat de la societat catalana.

En la part superior de la notícia i amb un registre més propi d'un diari, tot i que amb dimensions reduïdes, titulen: "25N. Catalunya vota després de dos anys de retallades i en ple debat sobiranista".

En la part inferior de la notícia hi trobem més informació referent a la temàtica, un titular sobre els sondejos del CEO⁹⁰ i del CIS, articles sobre la notícia en portada, i un codi QR⁹¹ que ens permet visualitzar vídeos del web del diari des del mòbil.

⁸⁹ "Entre tots" dins <http://ves.cat/hhVa> [Barcelona], [consultat: 03/05/2013]

⁹⁰ CEO: Centre d'Estudis d'Opinió. Per conèixer més informació: www.ceo.gencat.cat [consultat: 03/05/2013]

⁹¹ "Què és un codi QR?" dins www.domini.cat [St. Cugat del Vallès, Barcelona] [consultat: 04/05/2013]

➤ **La Vanguardia**

El diari *La Vanguardia*, ja des de fa anys, elabora un disseny molt estudiat de la portada que permet destacar diverses notícies. En aquest cas, igual que en moltes altres ocasions, la imatge principal no concorda amb el titular.

“Elecció crucial” és el titular destacat del 9 de novembre de 2012. Aquest es troba sota l’encapçalament, “Eleccions 25N Catalunya”, distintiu que ens permet entendre amb certa rapidesa aquest titular sense imatge. Sota el text principal trobem dos subtítols que amplien la informació de l’ambigu anunci, unes conclusions, en part extretes dels sondejos, que especulen sobre els objectius de CIU i les intencions de vots dels electors.

A la dreta, relacionada amb la notícia anterior, hi trobem una nova informació que ens facilita la síntesi dels sondejos oficials; aquesta ve acompanyada d’un text on es fa una breu explicació.

En la portada es destaquen temes d’abast molt divers, es parla de Xina, de l’aerolínia Vueling, de la seguretat en les macrofestes i dels desnonaments. Així que la notícia que ens ocupa no destaca notablement per sobre les demés.



Imatge 32: Portada *La Vanguardia*, 9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net



Imatge 33: Portada *El País*, 9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

El diari *El País* manté una estructura molt rígida en el disseny de la portada.

Una banda superior engloba notícies de caire cultural i esportiu. En la resta del quadre s'hi distribueixen quatre notícies que determinen un ordre en la lectura.

El primer que destaca és la fotografia, que pertany a una notícia de caire internacional. Gairebé abans de llegir el titular d'aquesta, la mirada se'ns desvia cap al titular relacionat amb les eleccions catalanes: "El sobiranisme impulsa a Mas cap a la majoria absoluta".

Aquesta notícia està estratègicament col·locada⁹² en el punt on la nostra mirada tendeix a començar la lectura, és per això que tot i que la fotografia ens capta en un primer moment, sempre acabem arribant a aquest punt.

La butlleta introduïda en la urna ens desvia l'atenció quan ens disposem a llegir subtítol. I posteriorment veiem les notícies restants.

En la portada d'aquest diari destaca, per mesura de la lletra i per situació del titular, la notícia relacionada amb les eleccions del 25N; però la col·locació d'una imatge hagués sumat notorietat.

⁹² KENT, Sarah, *Composició*. Barcelona: Ed. Naturart, S.A., 1995.

ANÀLISI DE LES PORTADES DEL 19 DE NOVEMBRE DEL 2012

Per tal d'ampliar la nostra visió sobre el tracte de les eleccions en els diferents mitjans escrits observarem les portades d'un dels dies més destacats de la campanya. En una primera instància el nostre objectiu era realitzar una anàlisi de les portades l'endemà de la celebració dels actes centrals de la campanya. Però després d'una prèvia investigació hem pogut conèixer que no tots els partits el van celebrar el mateix dia, i d'altra banda, els grups parlamentaris també van optar per realitzar diversos actes centrals per tal d'allunyar-se de la centralització a la capital catalana i poder difondre així el seu missatge en el territori.

Atenent a aquesta circumstància però sense deixar de banda el nostre objectiu inicial, hem optat per analitzar la portada del dilluns 19 de novembre. Aquesta és una data assenyalada ja que marca l'inici d'una decisiva setmana que conclouria amb la celebració de les eleccions. I no només això, també és el primer dia laborable després de la celebració dels actes centrals de gran part de les formacions polítiques. El darrer element decisiu en l'elecció del dia, rau en que és l'endemà de la celebració del debat entre els candidats a la principal cadena autonòmica, Televisió de Catalunya⁹³.

A continuació iniciarem l'anàlisi de les set portades del dia escollit.



Imatge 34: Recull de les portades dels diaris seleccionats, 19 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes del web www.kiosko.net

Si observem les portades del dia 19 podem veure que quatre dels set diaris seleccionats tracten en un pla destacat el debat celebrat, la nit anterior, a TV3. I els tres diaris restants parlen d'Artur Mas, ja sigui en el text o en la imatge.

⁹³ "Debat Electoral Eleccions 25N" dins <http://ves.cat/hhVc> [Sant Joan d'Espí, Barcelona], (18 de novembre del 2012) [consultat: 25/04/2013]

➤ ***El Periódico de Catalunya***



Imatge 35: Portada *El Periódico*, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

Iniciarem la nostra anàlisi amb la portada d' *El Periódico de Catalunya*. Aquesta, gairebé monopolitzada per la notícia del debat, ofereix un titular clar: "Debat bipolar". La contundència del missatge ve marcada per la simplicitat del text, únicament format per un subjecte i un adjectiu, "bipolar" té una definició al darrera en la que es sobreentén que es van donar opinions contràries i extremes i poca cohesió en els objectius. Es realitza una simplificació apropiada que fa augmentar el ressò del missatge.

Sobre aquest hi ha el titular secundari, escrit amb lletres de caixa alta i de menor mesura. I a sota hi trobem tres subtítols que amplien la informació.

En el centre de la imatge i de grans dimensions hi trobem la fotografia principal de la portada: la imatge d'onze lectors del rotatiu observant el debat en una pantalla gegant. Estan en una sala, àmplia i que recorda unes oficines, on podem observar un *roll-up*⁹⁴ amb el nom del diari. La fotografia té un enquadrament meditat on es presenta amb equilibri lectors i candidats. A la banda esquerra hi tenim els primers amb una postura informal, uns drets i altres asseguts. Aquests, gairebé frontals a la càmera, miren amb complicitat la pantalla del debat. A l'altra banda hi tenim als candidats, tots drets i mirant endavant. La majoria porten la carpeta a la mà i vesteixen de negre. Es troben lleugerament elevats respecte als lectors, però degut a la inclinació de la pantalla equilibren la presència amb el grup d'observadors.

En la part inferior esquerra de la portada hi trobem la notícia que aborda pròpiament la imatge; la iniciativa de participació *Entre tots*, que ja hem explicat en l'anàlisi de la portada del 9 de novembre.

⁹⁴ *Roll-up*: expositor gràfic enrotllable que permet realitzar publicitat de manera fàcil i còmode.

➤ **Ara**



Imatge 36: Portada Ara, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

La portada del diari Ara està clarament ocupada per una notícia que fa referència al debat electoral celebrat del dia anterior per TV3.

En la capçalera de la portada i de la notícia que ens ocupa hi trobem la referència, “Eleccions al Parlament”, un distintiu que s’empra al llarg de tota la campanya electoral.

El titular, “El sobiranisme surt reforçat”, està escrit amb lletres blanques i en negreta de manera que queda força destacat sobre un fons negre. I sota aquest, s’hi pot llegir el subtítol.

En el centre de la portada es situa la fotografia, aquesta és la imatge dels set candidats moments abans d’iniciar-se el debat.

Es troben drets, col·locats frontalment a l’objectiu i la majoria d’ells mirant a la càmera. Cal destacar la col·locació dels

personatges, que no segueixen un ordre protocol·lari adequat. Una correcte distribució hagués hagut de venir marcada per la representació parlamentària que tenien els diferents partits en la legislatura anterior a les eleccions. A partir d’aquí, hi haurien dues opcions, o bé col·locar-los d’esquerra a dreta atenent a la trajectòria de la lectura humana i a una presidència lineal⁹⁵; o bé atenent a una organització protocol·lària, la presidència intercalada⁹⁶, on el candidat amb més representació es situaria al centre i a partir d’aquí i seguint l’ordre, s’anirien situant la resta de candidats a dreta i esquerra de manera alterna.

A sobre i a sota de la imatge hi trobem el nom dels set candidats amb una puntuació per la seva representació en el debat. La font d’aquesta informació no s’aclareix si ve regida pel propi diari o per alguna altra font.

⁹⁵ Presidència lineal: sistema protocol·lari de col·locació atenent al rang. Segons aquest, la persona jeràrquicament superior és col·locarà a la dreta i per ordre s’aniran col·locant els següents a l’esquerra d’aquest.

⁹⁶ Presidència intercalada: sistema protocol·lari de col·locació atenent al rang. La persona de major rang, o en aquest cas, la del partit amb major representació parlamentària, és col·locarà al centre, el segon a la seva dreta, el tercer a la seva esquerra, i així successivament.

➤ La Vanguardia

El diari *La Vanguardia* destina la meitat de la portada a les eleccions al Parlament i així ho recorda amb l'encapçalament "Eleccions 25N Catalunya".

En la imatge principal podem veure a Artur Mas saludant a alguns dels candidats d'esquena a la càmera. Aquesta fotografia té un simbolisme molt important. A diferència de les fotografies que hem vist amb anterioritat, on es presentaven tots els candidats en condicions igualitàries malgrat l'ordre, en la imatge escollida per aquest rotatiu és posa especial èmfasi en la postura del fins ara president de la Generalitat. Els candidats que es poden observar esperen la salutació d'Artur

Mas, una imatge que transmet que aquest és el més important dels presents. La simbologia d'aquesta fotografia es posa en relació amb la ideologia del mitjà, que de tendència clarament convergent, prioritza el representant d'aquest partit. Un altre element destacable de la fotografia és l'enquadrament. La imatge està perceptiblement retallada per tal de presentar únicament els cinc candidats dels partits majoritaris⁹⁷. Aquesta decisió prèviament meditada transmet una projecció manipulada de la notícia, evadint un fet essencial, el protagonisme de dos persones més⁹⁸ en el succés. L'elecció d'aquest enquadrament posa de relleu la infravaloració dels partits minoritaris.

Però la prioritització del candidat convergent no acaba aquí, el titular principal de la portada fa referència a una declaració d'Artur Mas.

Sota la descripció de la fotografia hi trobem un segon titular menys destacat, "Crisi i dret a decidir", aquest fa referència a dos temes clau del debat i de la campanya en general.



Imatge 37: Portada *La Vanguardia*, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

⁹⁷ Partits majoritaris: CIU, PSC, PPC, ERC i ICV.

⁹⁸ Fa referència al representant de C's, Albert Rivera, i al candidat de SI, Alfons López Tena.

➤ El Punt Avui



Imatge 38: Portada *El Punt Avui*, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

El Punt Avui va presentar, el 9 de novembre del 2012, una portada estructurada en tres blocs horitzontals.

En la divisió superior hi trobem l'entrevista al candidat d'Esquerra Republicana de Catalunya, Oriol Junqueras, i un vistós titular amb una declaració d'aquest.

El diari va realitzar entrevistes als candidats dels principals partits polítics⁹⁹. Però cal destacar que si observem la col·locació de les entrevistes en les portades dels diferents dies varia de la següent manera: les dels cinc partits amb major presència en el Parlament (CIU, PSC, PP, ERC i ICV) es troben en el terç superior de la portada, mentre que les entrevistes dels tres restants (SI, C's i CUP) es situen en la part inferior i compartint l'espai amb la publicitat.

En el centre de la portada hi trobem la fotografia del debat. Aquesta està realitzada des de un angle inclinat respecte els candidats, oferint en primer terme el candidat de Convergència i Unió i prosseguint a aquest la resta en l'ordre de la seva col·locació. El punt des de on s'ha realitzat la fotografia no és per casualitat, presenta els candidats per un ordre relativament jeràrquic, prioritzant la figura dels més forts. Aquesta fotografia és creativa i original ja que ofereix una perspectiva de semi perfil dels protagonistes.

Un altre element destacable és que aquest diari empra al llarg de les edicions publicades durant campanya la imatge de la silueta corrent amb l'estelada cap a les eleccions del 25N¹⁰⁰.

I la darrera cosa que cal esmentar és que aquest és l'únic diari que publica en portada un espai publicitari d'un partit polític, que en totes les ocasions és de la Candidatura d'Unitat Popular.

⁹⁹ Principals partits polítics de la política catalana i protagonistes en el nostre treball: CIU, PSC, PP, ERC, ICV, SI, C's i CUP

¹⁰⁰ Aquesta imatge s'ha analitzat en la secció: Anàlisi de les portades del 9 de novembre de 2012 (pag. 91).

➤ **ABC**

El diari ABC realitza un disseny de les portades molt dominat per una fotografia o imatge principal. En aquest cas els protagonistes són Artur Mas i Josep Antoni Duran i Lleida¹⁰¹ en el míting celebrat a Barcelona. La imatge va més enllà de la típica fotografia amb els protagonistes parlant i mostra el candidat de CIU ajudant al seu company de partit, que utilitza croses, a baixar les escales. Aquest tipus de fotografies fan més humans als líders polítics, però tanmateix mostren la debilitat d'aquests.

Per tant, el diari prioritza el candidat convergent quan parla de les eleccions tot projectant-ne una imatge original amb una simbologia interpretable.



Imatge 39: Portada ABC, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

Acompanyant a la fotografia trobem el titular: “CIU frena a Catalunya”; una expressió poc concisa que requereix de la explicació que es troba a sota: “La majoria dels catalans creuen que el pols de Mas perjudica la imatge i les vendes dels seus productes a la resta d’Espanya”. En aquest text hi falta la font, determinar l’origen de la informació¹⁰² (enquestes, estudis, organisme...) hagués sumat veracitat a la dada. D’altre banda, si analitzem les paraules i en busquem una interpretació podem percebre que l’objectiu d’aquest rotatiu és, un cop més, criticar l’actuació d’aquells que defensen el separatisme.

Aquesta notícia ocupa gairebé un 75% de la portada. En la cantonada inferior dreta hi trobem l’espai destinat a la publicitat, i en la banda esquerra, hi tenim una columna vertical on s’exposen la resta de titulars del dia.

¹⁰¹ Josep Antoni Duran Lleida és el president d’Unió Democràtica de Catalunya.

¹⁰² La font d’informació fa referència a l’organisme que ha realitzat les estudis o enquestes per establir aquesta conclusió, o si és el cas, en que s’ha basat el rotatiu per publicar aquesta dada.



Imatge 40: Portada *El País*, 19 de novembre del 2012
 Font: www.kiosko.net

La portada del diari *El País* ofereix dues notícies en un primer terme, una relacionada amb les eleccions catalanes i l'altra amb una manifestació en defensa de la sanitat pública.

La tensió entre el govern central i l'autonòmic han anat en augment en els darrers mesos i durant la campanya electoral aquest ambient s'ha accentuat. El titular de la notícia, "Mas redobla el seu pols sobiranista davant dels atacs de Rajoy a CiU", posa de relleu el malestar entre els dos poders¹⁰³. La notícia compta amb dos subtítols i un text que completen la informació; però no inclou una imatge que exemplifiqui i faci més visible el titular.

Just a sota de la notícia hi trobem una imatge que a primer cop de vista sembla que formi part d'aquesta i pot induir, durant uns instants, a la confusió. En la fotografia podem veure un grup de persones, la majoria dones, vestides amb

bates blanques i amb diversitat d'elements reivindicatius, que protesten a Madrid per les polítiques que afecten a la sanitat dutes a terme pel Govern central. Aquesta notícia no compta amb un titular destacat, únicament s'explica en una breu referència sota la imatge.

Pel que fa a la resta de la portada, veiem que en la part superior, com és habitual en aquest diari, s'exposen les notícies sobre els esports. A la part dreta hi tenim una columna on es destaquen tres notícies més de la jornada. I finalment, en el quadrant inferior hi trobem una notícia de caire internacional i un espai publicitari.

¹⁰³ Aquesta notícia fa referència a la defensa d'Artur Mas davant d'un publicació del diari *El Mundo* on se'l acusa de tenir comptes il·legals a Suïssa. Aquesta informació ve destacada en l'anàlisi del següent rotatiu.

► **El Mundo**

Per entendre la notícia que destaca *El Mundo*, cal explicar un fet que no s'ha esmentat amb anterioritat. Tres dies abans de la publicació d'aquesta edició, aquest mateix rotatiu va publicar una notícia que titulava: "La policia vincula comptes a Suïssa de Pujol¹⁰⁴ i Mas amb la corrupció de CIU". Aquesta acusació, només publicada per aquest diari, va introduir una gran polèmica en plena campanya electoral¹⁰⁵.

Tornant a la portada que ens ocupa, i després de tres dies de publicacions relacionades amb l'escàndol, el rotatiu publicà: "Felip Puig¹⁰⁶ va rebre 250.000€ del Palau, segons la policia". La notícia ve ampliada per dos subtítols i un ampli text.

En la fotografia, situada en el centre de la portada, podem veure l'expresident de la Generalitat, Jordi Pujol, el candidat de CIU, Artur Mas i el fins ara conseller d'Interior, Felip Puig, asseguts en un míting celebrat a Granollers. La fotografia està realitzada des de la banda però ofereix una bona perspectiva on s'equilibra el protagonisme dels tres personatges.

L'elecció d'aquesta fotografia pot raure en diversos motius. Aquesta va ser l'última aparició en públic de l'exconseller d'Interior. Però aquell dia devien realitzar diverses fotografies, perquè aquesta? Segons el nostre parer s'ha volgut relacionar el cas de corrupció amb el màxim dirigent de CIU i candidat d'aquest grup parlamentari a President de la Generalitat. El lligam que es busca establir perjudica de manera directa la imatge d'Artur Mas, cosa que atenent a la ideologia d'aquest mitjà, reforça el seu missatge de rebuig a l'independentisme.



Imatge 41: Portada *El Mundo*, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

¹⁰⁴ Jordi Pujol i Soley: President de la Generalitat de Catalunya amb el grup de CIU des del 1980 fins al 2003.

¹⁰⁵ "La informació sobre els suposats comptes de Mas i Pujol a Suïssa sacseja la campanya" dins <http://ves.cat/hhVg> [Girona], (17 de novembre del 2012) [consultat: 03/05/2013]

¹⁰⁶ Felip Puig: Conseller d'Interior de la Generalitat de Catalunya amb el grup parlamentari de CIU del 2010 al 2012.

ANÀLISI DE LES FOTOGRAFIES PUBLICADES PELS MITJANS

En aquest apartat realitzarem una anàlisi més profunda i una comparativa de les imatges que publicaren els diaris seleccions de cada un dels candidats en les eleccions del 25N; i buscarem donar una explicació al perquè s'han escollit aquestes fotografies.

Les imatges que analitzarem són aquelles que es van publicar en les versions digitals dels diaris el dia 23 de novembre del 2012 i fan referències als actes de clausura dels diferents partits. Alguns rotatius no publicaren cap imatge sobre els actes de final de campanya així que en alguns casos les imatges escollides són de pocs dies abans.

Amb aquesta darrera anàlisi junt amb les dues anteriors obtindrem una perspectiva generalitzada de la tendència que segueix cada rotatiu. Recordem que la manera de tractar la informació defineix i reflexa la visió que tenen els mitjans sobre els fets que descriuen.

Observarem la fotografia, però per entendre el significat d'aquesta també tindrem en compte el titular, ja que són els dos elements destacats d'una notícia i poden influir en la interpretació que se'n faci. Gran part dels lectors de diaris, observen la fotografia i el titular per determinar l'interès de la informació i en funció d'aquests llegeixen o no el cos de la notícia¹⁰⁷.

Cal tenir en compte que algunes de les fotografies estan realitzades per agències de comunicació. Però cal recordar que l'elecció de la fotografia rau en el mitjà, ja que disposen de varietat d'imatges entre les que escollir.

També cal esmentar que totes les fotografies analitzades del diari ABC pertanyen a la galeria d'imatges i no a notícies, ja que el diari no en va publicar gairebé cap al llarg de la campanya.

Ja per acabar aquesta introducció expressem per endavant que l'ordre que s'ha seguit és en funció de la representació dels diferents partits en l'anterior legislatura. Entre les fotografies de cada candidat l'ordre de l'anàlisi no ha estat en base als lectors de cada diari sinó en funció de les similituds i les imatges més destacades.

¹⁰⁷ "La civilització de la imatge" dins <http://ves.cat/hhVh> [Barcelona], (5 de febrer del 2013) [consultat: 21/05/2013]

➤ **Artur Mas** (CIU)

Sis dels set diaris analitzats presenten la imatge prioritzada i protagonista del candidat, i només un opta per una imatge del partit. També són els sis primers els que l'acompanyen amb un titular iniciat amb el nom d'aquest i únicament el darrer cita el nom del partit.

La Vanguardia, *El Periódico de Catalunya*, *El País*, *El Punt Avui*, *l'Ara* i *l'ABC* publiquen una fotografia d'Artur Mas reforçat per un grup de persones onejant banderes. Tot i la similitud dels enquadraments cal emprar una mirada més crítica i entendre que percebem davant de cada una.



Imatge 42: Recull de les fotografies publicades d'Artur Mas pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

El Periódico de Catalunya presenta el candidat en un pla mig frontal amb aire a la part superior i a les bandes. La mirada a la càmera aproxima el protagonista al ciutadà i en un context de superioritat sembla personalitzar la seva actuació; estableix un contacte i transmet emocions. La mà a mig alçar i també dirigint-se a la càmera fa una tímida referència al públic. La notícia sobre l'acte de clausura de Convergència i Unió titula: "Mas demana un ampli suport per superar les lleis de l'Estat". Informació totalment lligada a una imatge on el protagonista busca l'elector.

Les imatges que presenten *La Vanguardia* i *El País* són les més semblants. Presenten al candidat convergent amb la mà dreta alçada i amagant el dit polze per simbolitzar les quatre barres de la bandera de Catalunya. L'expressió de la cara en totes dues publicacions és molt similar, Artur Mas expressa satisfacció i sembla

agrair els aplaudiments del públic. La diferència entre aquestes dues imatges rau en el punt de vista i en l'enquadrament. *La Vanguardia* presenta al candidat frontalment i centrat en la imatge. L'aire que deixa en la part superior dona profunditat al fons, en aquest cas el bany de banderes. *El País*, en canvi, opta per un enquadrament més retallat amb el candidat situat a la dreta, el cos dirigit a l'esquerra però la vista mirant amb complicitat a la part superior dreta, aquesta imatge és més interessant a nivell fotogràfic. En la primera fotografia sembla estar saludant, mentre que en la segona simbolitza la bandera catalana mentre amb un somriure tímid però sincer observa al seu voltant. Els titulars dels dos rotatius fan referència a les diferències i al tracte amb l'Estat espanyol respecte el procés sobiranista i els drets dels catalans. Les imatges no tant lligades al titular com en el cas anterior mostren un candidat reforçat.

El diari *Ara* també destaca la creixent tensió i desacord entre el Govern espanyol i català en forma de titular. En la fotografia que l'acompanya el candidat catalanista manté la postura que hem vist en les notícies de *La Vanguardia* i d' *El País*; però aquesta vegada té un enquadrament més obert que permet distingir algunes de les persones que li donen suport. La postura del candidat, amb el cos lleugerament inclinat i dirigit a la banda superior esquerra transmet grandiositat, però com que la mirada prové des de baix li suma un petit grau d'humilitat.

La portada d' *El Punt Avui* és l'única que mostra el faristol on parla Artur Mas. D'un blanc destacat trenca amb el bany de banderes, però tanmateix ens recorda que representa un partit, allunyant-lo de la caracterització de líder de Catalunya. El braç del candidat, horitzontal respecte la mirada reflexa poder i autoritat. El titular de la notícia, "Artur Mas: 'Nosaltres serem els constructors de la llibertat'", recull una contundent declaració, que en la nostra opinió estaria més ben acompanyada per una fotografia com la d' *El País*.

El diari *ABC* publica una fotografia on es veu el líder de Convergència acompanyat del líder d'Unió. Tots dos s'abracen i alcen el braç en forma d'agraïment als presents. Els protagonistes es troben d'esquenes a la càmera però gràcies a la seva popularitat s'identifiquen amb claredat. La fotografia, d'enquadrament apaïsat, presenta de manera destacada els protagonistes però alhora els simpatitzants i les banderes, gràcies al desenfocament del fons respecte les figures. El titular, merament informatiu, descriu el context de la fotografia.

El diari *El Mundo* presenta una imatge diferent respecte a les demés. Enquadrat en un pla general conjunt mostra personalitats destacades del partit cantant l'himne de Catalunya i envoltades per un gran nombre de persones. En segon terme, però ocupant un espai destacat, s'observa un mosaic que forma l'estelada. El titular que acompanya a la notícia, "CIU crida als catalans a ser els 'constructors de la llibertat'", recorda a la declaració destacada del diari *El Punt Avui*.

➤ **Pere Navarro (PSC)**

Les fotografies de Pere Navarro no presenten la similitud de les anteriors. El candidat socialista se'ns mostra des de diferents punts de vista transmeten diferents impressions.



Imatge 43: Recull de les fotografies publicades de Pere Navarro pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

Les imatges escollides per *La Vanguardia* i *El Periódico* retraten el mateix moment, el candidat celebrant alegrement el suport dels presents. Ambdues fotografies estan realitzades des de un pla contrapicat, però la primera és apaisada, cosa que permet englobar alguns simpatitzants del partit, i la segona, que és vertical, presenta en candidat de cos sencer i deixa en segon terme els altres membres de l'escenari.

En la fotografia emprada pel primer rotatiu Pere Navarro manté una postura més expressiva. Té els braços totalment estirats cap a amunt; amb convicció i entrega busca interactuar amb els presents. La seva expressió facial denota alegria. El coprotagonisme amb dos dels simpatitzants dona un efecte de suport real i alegria i il·lusió compartida. La fotografia d' *El Periódico de Catalunya* mostra una perspectiva inusualment contrapicada on veiem el candidat socialista saltant i aplaudint. La llunyania amb els simpatitzants li resta suport i força. En tots dos diaris el titular fa referència a l'apel·lació al vot que en fa el candidat i el partit.

La fotografia d' *El País* retrata Pere Navarro en un moment del seu discurs. La imatge mostra el candidat parlant en primer terme amb la inexpressivitat que el caracteritza. Amb la mà realitza un gest, molt

habitual en política, que simbolitza reiteració i insistència. En la fotografia té molta presència el text del faristol: *Federalisme. L'alternativa sensata*; que també ressalta pel seu blanc brillant sobre un fons poc destacat i fosc. El titular, igual que en les dues anteriors portades, fa referència a l'apel·lació al vot de Pere Navarro.

El Punt Avui publica una imatge del candidat del PSC i del líder de la Joventut Socialista de Catalunya, Javier López, qui va participar activament en l'acte final del partit. Els protagonistes, enquadrats en un pla americà, estan agafats i riuen junts. Saben que són fotografiats però actuen amb certa naturalitat i improvisació. La fotografia és menys formal que les anteriors, no només per la postura i poca atenció dels protagonistes, sinó també pel fons escollit. El titular de la notícia, "Navarro vol un PSC fort 'al govern o a l'oposició'", explica en tercera persona les declaracions del candidat. L'elecció de la fotografia no transmet un candidat fort ni dona reforça al titular.

En la notícia que publica el diari *Ara* sobre l'acte final del PSC veiem el candidat atenent als mitjans al finalitzar l'acte de clausura. La fotografia resulta atractiva per l'efecte que dona una multitud de càmeres, micròfons i periodistes envoltant a un protagonista; però la situació, que permet poca expressivitat d'aquest, recorda més a un personatge mediàtic que a un candidat a la Generalitat. El titular, en la nostra opinió, va molt acord amb la imatge, ja que recull una declaració de Pere Navarro, més pròpia de la roda de premsa que del discurs en el míting.

La notícia que publica el diari *El Mundo* no inclou cap imatge. El titular, "Navarro vol un PSC liderant 'una alternativa d'esquerres forta'", recorda a altres dels titulars que hem vist amb anterioritat, però sobretot al d' *El Periódico*. El fet de no publicar una imatge que acompanyi la notícia, li resta importància fent-la menys visible que les que si que en porten. I com comprovarem més endavant, el diari *El Mundo* és el que publica menys imatges i notícies sobre els actes finals dels diferents partits i candidats.

Finalment, la fotografia publicada pel diari *ABC* és l'única imatge que no pertany a l'acte final del PSC. En la imatge podem veure el candidat realitzant el seu discurs envoltat per una multitud amb banderes catalanes. Com que es tracta d'un diari radicalment espanyolista s'ha volgut posat de relleu l'augment del catalanisme tot i tractar-se d'un partit no separatista. Les banderes es trobaven en l'espai fotografiat però l'elecció de publicar una imatge tant amplia mostra la intencionalitat de fer més visibles aquests símbols identitaris.

➤ **Alicia Sánchez Camacho** (PPC)

Totes les fotografies publicades de la candidata popular estan realitzades en el mateix moment, quan Alicia Sánchez Camacho i la secretària general del Partit Popular, María Dolores de Cospedal, saluden al militants i simpatitzants presents en l'acte de clausura a Cerdanyola del Vallès.

Malgrat la semblança de les fotografies buscarem la simbologia de cada una d'elles. I donada la similitud dels enquadraments, centrarem la nostre anàlisi en la postura i expressió de les protagonistes; així com en la importància del text que les acompanya.



Imatge 44: Recull de les fotografies publicades de Alicia Sánchez Camacho pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

Les fotografies de *La Vanguardia*, *El Periódico* i *El Mundo* són les que presenten un enquadrament més similar. En les tres imatges les dues protagonistes s'agafen de la cintura i aixequen el braç exterior per saludar i agrair el suport dels presents.

En la fotografia de *La Vanguardia* es prioritza subtilment la candidata donat l'angle des del que està realitzada. El més destacat de la imatge és que transmet dinamisme gràcies a la inclinació del pla, fet que tot i fer-la més atractiva visualment, no permet una bona llegibilitat del plafó informatiu que ha decidit emprar el partit; tot i que el més important, el logotip, sí que s'aprecia. Els focus de llum que es veuen al fons de la imatge, a nivell tècnic, fan nosa però en aquest cas fan que la fotografia cridi més l'atenció. El titular està escrit en tercera persona i expressa la defensa de la candidata per aconseguir el vot.

La imatge escollida pel diari *El Mundo* també està realitzada des d'un punt més pròxim a la candidata que a la secretària general. La fotografia té un pla més obert sobretot per les bandes i està feta des d'un pla més horitzontal que l'anterior. En aquesta es poden llegir, gairebé amb claredat, les paraules *Catalunya i Espanya*, debat central d'aquestes eleccions. El titular consisteix en una declaració de María Dolores de Cospedal, on fa un atac directe al partit més majoritari, CIU. Aquí s'aprecia la prioritització de la representant espanyola per davant de la candidata catalana.

La fotografia publicada per *El Periódico* es diferencia de les demés perquè està realitzada des de just davant de les protagonistes. Un altre element destacat és que hi apareixen periodistes en segon pla. Però la representació dels focus i del plafó és molt similar. El titular utilitza paraules delicades (apel·la i esperonar) per acabar amb un terme radical com és l'antisobiranisme.

El diari *Ara* publica una fotografia de les dues protagonistes en l'acte final del PPC on Cospedal saluda efusivament i la candidata fa el gest de reconèixer a algú. Les protagonistes es troben en el quadrant esquerra de la imatge i l'altre banda es veu el faristol i el plafó. La fotografia està realitzada, igual que les anteriors, des d'un pla contrapicat. El titular, "El PP aprofita fins a l'últim minut de campanya per carregar contra CIU per la presumpta corrupció", denota un to crític, que els lectors inherentment percebran.

El diari que escull l'instant més diferenciat és *El Punt Avui*. El rotatiu opta per les dues protagonistes observant la dreta de la imatge i correctament enquadrades a l'esquerra d'aquesta, deixant aire cap on es dirigeix la mirada. Tècnicament parlant, la fotografia està ben realitzada, ja que gràcies al braç de María Dolores de Cospedal es dibuixa la trajectòria de la mirada; i això fa la imatge més atractiva. El titular és un resum tant o més crític que el del diari *Ara*.

El País publica una fotografia poc encertada si es pretengués promocionar la candidata. Però per entendre millor la simbologia de la imatge ens centrarem primer en el titular. Aquest diu: "El Partit Popular amaga les retallades sota la catifa". Una forta crítica que no resumeix el que s'ha dit en el míting sinó que en destaca el que no s'ha dit. Junt amb aquest, la imatge d'una candidata que no es veu entregada sinó distreta, transmet una mala imatge del partit.

Finalment, el diari *ABC* publica la mateixa imatge d' *El Periódico* però retallada, cosa que ens indica que aquesta ha estat realitzada per una agència de comunicació. I un cop més el titular es merament descriptiu.

➤ **Oriol Junqueras** (ERC)

Si observem les fotografies publicades del candidat d'Esquerra Republicana de Catalunya, Oriol Junqueras, podem veure que a diferència de les de la candidata popular aquestes estan realitzades en moments diferents transmetent una imatge del candidat amb desiguals simbologies segons el mitjà. A continuació analitzarem cada una d'aquestes imatges.



Imatge 45: Recull de les fotografies publicades d'Oriol Junqueras pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

La fotografia que crida més l'atenció, en la nostra opinió, és la que publica *La Vanguardia*. Aquesta és un pla mig d'Oriol Junqueras, de semiperfil i amb la mirada alçada. La fotografia està realitzada des d'un lleuger contrapicat i gràcies a la postura del candidat transmet aires de grandiositat, sensació que es veu reforçada per les estelades que onegen rere el protagonista. El titular, "ERC es postula com 'el soci més fiable de Catalunya'", es veu clarament reforçat per la imatge escollida.

El diari *El Mundo*, publica una fotografia relativament semblant a la que acabem de veure. En aquesta ocasió està realitzada des d'un angle més contrapicat que l'anterior i l'instant en la que està feta mostra un candidat poc afavorit a causa de la gesticulació. Aquesta fotografia, menys idíl·lica que l'anterior, permet apreciar més banderes i alguns dels simpatitzants així com part de l'eslògan. El titular és una apel·lació al vot des d'una hipotètica oposició.

En el diari *ABC* trobem la darrera fotografia que mostra un pla individual i pròxim del candidat. Aquesta és apaïxada i permet llegir part de l'eslògan *Un nou país per a tothom*. El candidat se'ns presenta en un primer pla situat a l'esquerra del quadre. Es troba de perfil i mira el públic amb relativa complicitat. L'enquadrament permet apreciar la mà que realitza un gest que segons el context podria simbolitzar entesa i satisfacció. El text que acompanya la fotografia és una mera explicació de la imatge.

Els diaris *El Periódico* i *El País* opten per publicar una imatge del candidat republicà amb el suport de part del partit i amb una samarreta clarament independentista, ideologia històrica d'aquest grup parlamentari. La diferència més notòria és que la imatge d' *El País* està realitzada des del punt de vista del públic situat davant de l'escenari, cosa que permet una visió relativament àmplia on es pot apreciar, a més a més d'integrants del partit, l'eslògan, banderes, part de la pantalla i el fons dels protagonistes. La d' *El Periódico*, en canvi, està feta des de l'extrem esquerra de les grades oferint una visió picada. En aquest cas el resultat és un enquadrament tancat que no permet visualitzar el context del que està passat en la imatge.

En la notícia del diari *Ara* podem veure el candidat sobre l'escenari en un pla molt obert que permet apreciar gran part del públic. En la imatge no se'l aprecia amb claredat degut a la llunyania des de la que està feta la fotografia. Aquest tipus de pla tant obert reflexa el poder i suport que té el partit; i situa el líder d'aquest en una posició destacada gràcies a la il·luminació i a l'espai del que disposa. Aquest rotatiu opta per un titular que no busca expressar la principal idea que es volia transmetre en l'acte final sinó que posa de relleu una referència irònica d'Oriol Junqueras que pot despertar polèmica.

La darrera imatge que analitzarem és la del diari *El Punt Avui*. Aquesta, clarament diferent a les demés mostra el candidat assegut davant l'escenari i acompanyat de les principals personalitats del seu partit i en el fons militants i altres membres del grup parlamentari. La imatge escollida pel rotatiu no el presenta com un líder sinó com un membre infiltrat entre els del partit. Aquest tipus de fotografies en un acte de gran importància no són les més utilitzades ja que no transmeten la força i el lideratge que busquen els partits. Si observem el titular que acompanya a la imatge llegim: "Junqueras aplica el discurs de la por a Durant i Lleida". Aquesta informació emet un missatge amb un rerefons negatiu per la utilització de l'expressió "discurs de la por". La fotografia relacionada amb el titular ofereix una imatge poc favorable del partit republicà.

➤ **Joan Herrera** (ICV)

Quan observem les notícies que fan referència al grup parlamentari d'Iniciativa per Catalunya – Verds, les que més ens criden l'atenció són les dues on s'observa el candidat ecosocialista i darrera el fons verd. Aquestes dues però, pertanyen a l'acte celebrat el dia anterior al centre cívic de les Cotxeres de Sants; i és que els diaris *El País* i *l'ABC*, no van publicar cap notícia ni imatge referent a l'acte final celebrat a Terrassa.



Imatge 46: Recull de les fotografies publicades de Joan Herrera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

En la notícia publicada pel diari *El País* hi apareix, en un pla mig lleugerament contrapicat, Joan Herrera en un moment del seu discurs. La inoportuna expressió facial unida a l'expressivitat de la mà ens parla de la contundència de les paraules que pronuncia i aquesta sensació ve reforçada per l'angle des del que està realitzada la fotografia. Però si busquem traduir el gest que realitza trobem que ens transmet exigència i autoritat. La dominant verdosa de la imatge, donada pel faristol i el fons verd, ens permet identificar amb rapidesa que es tracta d'ICV. El titular extreu una de les idees claus que s'han exposat en l'acte.

La fotografia de *l'ABC* està realitzada des d'un angle similar. En aquesta ocasió els protagonistes són Joan Herrera i Alexis Tsipras, president del partit polític grec Synaspismos. Es troben centrats en el requadre i saluden els militants i seguidors que els hi donen suport. La imatge presenta un equilibri per la postura de les figures que únicament es veu descompensat per la inclinació del plafó, cosa que dona cert dinamisme a la imatge. Un cop més, el text que acompanya la fotografia de *l'ABC* és merament descriptiu.

Les quatre fotografies restants il·lustren el moment dels aplaudiments i l'agraïment protagonitzat per les personalitats més representatives del partit, amb Joan Herrera al capdavant.

La primera fotografia que analitzarem és la que publica *La Vanguardia*. Aquesta està realitzada des d'un contrapicat extrem i amb una inclinació en el pla que prioritza la figura del candidat. L'angle des de la que està realitzada no permet apreciar l'expressió facial de Joan Herrera, però sí que es percep amb claredat l'expressivitat corporal. El braç alçat i el puny cenyit amb força, en aquest context, simbolitza victòria i convicció. El títol que acompanya la fotografia està molt lligat amb la imatge, "Herrera busca liderar 'una alternativa a la dreta descarada'", un titular agressiu que no només el posiciona favorablement al partit sinó que també suposa un atac a l'oposició.

El Periódico de Catalunya publica una imatge en la que s'aprecia amb la mateixa dificultat l'expressió facial del candidat a la Generalitat de Catalunya. Aquesta sembla realitzada en el mateix moment que l'anterior però des d'un altre punt de la sala, més llunyà i menys frontal. Gràcies al distanciament, en la fotografia també s'inclouen altres membres del partit. El titular, de temàtica semblant a l'anterior, expressa amb claredat el nom de l'opositor principal, Mas.

Les fotografies escollides per *l'Ara* i *El Punt Avui*, són en realitat la mateixa. Si observem amb atenció la posició de cada un dels protagonistes descobrirem que són idèntiques amb l'única diferència que la segona està retallada. Aquest fet ens explica que ambdós rotatius varem publicar una fotografia realitzada pel fotògraf d'una agència de comunicació. En la imatge, els tres representant surten aplaudint teatralment per donar les gràcies per el suport que rep el partit. Els gestos estereotipats, propis del llenguatge polític, permeten apreciar la força de l'entorn en el que es troben. El punt de vista des del que està realitzada la fotografia ofereix una visió poderosa que engrandeix els protagonistes. Si ens fixem en els titulars veiem que el de *l'Ara* detalla una declaració de Joan Herrera, una expressió que actua com a conclusió de l'acte; *El Punt Avui*, en canvi, opta per un titular que resumeix un dels aspectes principals que s'ha tractat en el discurs.

Ja per finalitzar aquest punt, el diari *El Mundo* opta, un cop més, per publicar una notícia sense fotografia. Aquest rotatiu redacta un titular que fa referència al dret a decidir, i no com en els anteriors casos, a la rivalitat entre partits. La decisió de destacar la polèmica del dret a decidir no és d'estranyar en un diari tant clarament contrari a aquesta opció.

➤ **Alfons López Tena (SI)**

Solidaritat per la Independència ha comptat amb representació en el Parlament els dos darrers anys, però la curta història i la baixa popularitat del partit s'ha vist plasmada amb la poca presència en els diaris. Només en *El País*, *L'Ara* i *El Punt Avui* s'ha publicat una notícia referent a l'acte final del partit celebrat al Casino L'Aliança del Poblenou de Barcelona.



Imatge 47: Recull de les fotografies publicades d'Alfons López Tena pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

El diari *Ara* publica la imatge de l'escenari on es realitzaren els parlaments. En la fotografia podem veure un pla general conjunt on s'aprecia en primer terme el candidat independentista i en un segon terme quatre membres més del partit. En la imatge, a més a més del faristol amb el logotip i eslògan del partit, es pot apreciar amb claredat la pantalla que figura en el fons de l'escenari; aquesta dona dinamisme i força gràcies a la visualització d'un públic entregat. La il·luminació, la posició dels presents i la pantalla connoten la importància i solemnitat de l'acte. El gest que realitza López Tena amb la mà, reforçat pel suport dels aplaudiments dels altres membres de l'escenari, simbolitza victòria i triomf. El titular d'aquest rotatiu fa referència a la principal voluntat d'aquest partit, la independència de Catalunya; i recorden que és un objectiu compartit per part del poble.

L'altre rotatiu que publica una imatge sobre el discurs de López Tena en l'acte final de la campanya és *El Punt Avui*. La fotografia que realitza aquest diari és molt interessant a nivell tècnic. A la dreta de la imatge es situa en candidat realitzant el seu discurs rere el faristol. A l'esquerra d'aquest, i en un segon terme es

troba Uriel Bertran, el número dos per Barcelona. El que fa interessant aquesta fotografia és la visualització que se'n fa i l'equilibri que presenta. La lectura humana tendeix a iniciar-se per l'extrem superior esquerra, però si en un primer moment podem arribar a mirar a Uriel Bertran assegut i escoltant el principal protagonista, la mirada atenta d'aquest i la proximitat a la càmera de López Tena ens desvien ràpidament la mirada cap al segon. Un altre element que col·labora en l'equilibri entre els dos personatges és que el més llunyà està més encarat a la càmera mentre que el més pròxim està col·locat de semiperfil. El color corporatiu que identifica aquest partit es veu clarament retratat en la moqueta que cobreix el terra, en el plafó i en el faristol. El darrer element destacat d'aquesta fotografia és la bafarada del fons de l'escenari on hi figura l'eslògan que el partit ha realitzat en aquesta campanya. Aquest està correctament enquadrat en la imatge i construeix un equilibri triangular entre els tres elements que la protagonitzen. El titular que publica el rotatiu fa referència al principal objectiu d'aquesta formació que ja ve reiterat en l'eslògan de la campanya i en el propi nom del partit.

El darrer diari que publica una notícia referent a l'acte final de Solidaritat Catalana per la Independència és *El País*. Aquest però, a diferència de les dues fotografies que acabem d'analitzar, publica la imatge del candidat a Generalitat on acaba de baixar d'una moto i es dirigeix cap a iniciar el míting. Aquest tipus de fotografia és inimaginable per retratar l'acte final d'un partit tant poderós com Convergència i Unió. Amb això volem fer notòria la desigualtat amb la que es presenten i es parla dels diferents partits. Aquesta fotografia no mostra un líder com en la majoria de les fotografies que hem vist. El focus de grans dimensions que s'aprecia en la imatge ens explica que es tracta d'una persona important però el context del personatge no el posiciona en igualtat de condicions que els representants dels altres partits. Si llegim el text ens tornem a trobar amb el que ja s'ha expressat ens els dos titulars anteriors, la insistència del partit per posicionar-se com la millor elecció per assolir la independència de Catalunya. Cal destacar un dels termes utilitzats en aquest titular: "presumeix". Aquesta paraula, en el context de la política, resulta desfavorable pel partit, ja que connota narcisisme y podria haver estat tranquil·lament substituïda, per exemple, per "afirma". Ja per concloure l'anàlisi d'aquesta imatge, opinem que la fotografia no és gens apropiada ja que no només no mostra el líder en el context de poder que buscava mostrar, sinó que a més a més, no va gens acord amb el titular.

Com ja hem esmentat anteriorment, l'acte final d'aquest partit amb poca representativitat en el Parlament, no ha estat correctament cobert per la majoria de mitjans de comunicació. Els diaris generalistes *La Vanguardia*, *El Periódico*, *El Mundo* i *l'ABC* han obviat el míting de SI que ha posat fi a la campanya electoral.

➤ **Albert Rivera (C's)**

Les notícies que es van publicar sobre el grup parlamentari de Ciutadans – Partit de la Ciutadania entre el vint-i-tres i el vint-i-quatre de novembre presenten el candidat en varietat de situacions, però en la majoria d'elles transmet la força que el caracteritza.



Imatge 48: Recull de les fotografies publicades d'Albert Rivera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

Començarem la nostra anàlisi per les fotografies publicades pels diaris *Ara* i *ABC*. Aquestes estan realitzades durant l'acte final del partit celebrat al Casal Municipal de la Gent Gran de Gavà. Les dues fotografies tenen un enquadrament gairebé idèntic, on se'ns presenta el candidat compartint protagonisme amb la il·lustració que ha realitzat el partit per aquesta campanya, un cor on hi conviuen per igual la bandera de Catalunya, la d'Espanya i la d'Europa. La diferència entre les dues imatges la trobem en la postura i expressió del candidat.

En la fotografia realitzada pel diari *Ara*, Albert Rivera s'expressa amb contundència. La mà que té desocupada pressiona el puny amb força. La postura dels braços, mig doblegats, mostren que busca reforçar les paraules que pronuncia. Utilitzar el puny tancat en un discurs polític pot resultar perillós, ja que s'interpreta amb agressivitat. L'expressió tensa del protagonista reforça la magnitud del discurs. El convenciment que es reflexa en la imatge està profundament lligat amb el titular, que expressa l'actuació radical que demana el partit.

En la fotografia escollida pel diari *ABC* veiem el candidat en una altre postura durant el mateix discurs. En aquesta ocasió l'expressivitat de la cara no té tanta força, però cal dir que el gest de la mà transmet l'agressivitat inherent en el discurs. L'acte de senyalar amb el dit índex, atenent a la tensió d'aquesta campanya, l'extremisme donat en els diferents partits i la postura d'oposició clara al partit majoritari, va lligat amb la contundència del discurs.

El *Punt Avui* publica el candidat de C's fotografiant-se amb simpatitzants del partit. La imatge, sense cap rerefons, mostra la popularitat d'Albert Rivera però tot i que la notícia fa referència a l'acte final, no el situa en aquest. No sabem el perquè de l'elecció d'aquesta fotografia, si ha estat per buscar l'originalitat o per no situar-lo reforçat durant el seu discurs. Però cal posar de relleu que és una representació més o menys idònia per acompanyar un titular que expressa una apel·lació sentimentalista al vot.

El diari *El País* no publicà cap notícia referent a l'acte final de C's. Però l'últim dia de campanya, el vint-i-tres de novembre, aprofità una xerrada realitzada pel seu representant amb alguns lectors del rotatiu a l'Auditori del Palau de Congressos de la Fira de Barcelona, per editar l'última notícia d'aquest partit sobre la campanya electoral. La fotografia consisteix en una clara presentació d'Albert Rivera, on es prioritza en seu nom i no el del partit. La presentació d'un orador, que amb un full a la mà busca el que hi ha més enllà, expressa amb claredat que es troba davant d'un nombrós públic. La postura suggereix el que hi ha en el fora de camp¹⁰⁸. El text que acompanya a la fotografia posa de relleu la frase més destacada del candidat, segons *El País*.

En la imatge que publica *La Vanguardia* d'Albert Rivera no s'especifica la data en la que està realitzada, però de ben segur, no és de l'acte final. En aquesta s'observa el candidat en un moment del discurs amb cara de preocupat. Amb la mà esquerra realitza un gest que simbolitza reiteració i atenció. El text que acompanya la fotografia expressa una de les idees que s'han transmès en l'acte.

El Periódico publica una notícia sense imatge. I el seu titular anuncia un dels arguments que defensa el partit per promoure un vot que els hi sigui favorable.

Finalment, comentar que *El Mundo* no publica cap notícia sobre l'acte final d'aquest partit minoritari.

¹⁰⁸ Fora de camp: és aquella part de l'escena que no es veu en l'enquadrament però que s'intueix a través del que es suggereix.

➤ **David Fernández (CUP)**

La Candidatura d'Unitat Popular no comptava amb representació parlamentària en la legislatura anterior a la campanya electoral; i això es nota amb la poca presència que va tenir en els mitjans de comunicació. Cal destacar, però, que tot i ser el partit sobre el que menys imatges es van publicar, les notícies editades sobre aquest grup parlamentari superen les publicades sobre SI.



Imatge 49: Recull de les fotografies publicades de David Fernández pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius (veure webgrafia)

El País i *l'Ara* són els únics rotatius que publiquen la imatge del candidat. En la fotografia de *l'Ara* es veu a David Fernández en algun moment del seu discurs. En la imatge s'aprecia el faristol i el plafó situat darrera del protagonista. Aquests dos elements permeten identificar amb rapidesa el partit. L'enquadrament del protagonista és un pla americà de semiperfil i lleugerament contrapicat. La grandiositat de l'acte que hem vist en altres fotografies publicades com les del PPC o les de CIU, ha quedat relegada per donar pas a un escenari amb una inversió menor. El titular consisteix en una declaració del cap de llista del partit.

Si ens fixem en la fotografia d' *El País* podem apreciar amb rapidesa que no és més que una aproximació de la imatge que acabem de veure, una presentació més personalitzada del seu candidat que es veu reforçada pel titular, una exposició de les característiques ideològiques que identifiquen el partit.

El Periódico i *El Punt Avui* publiquen una notícia sobre la CUP, però ni una ni l'altre compta amb una imatge. Els titulars parlen dels objectius del partit i de les idees que defensa.

➤ Conclusions sobre les fotografies publicades de cada candidat

L'anàlisi realitzat ens ha permès extreure diverses conclusions sobre el tracte que reben els candidats a la Generalitat en funció de les imatges publicades pels mitjans seleccionats. Si observem la presència dels diferents partits en els mitjans de comunicació podem apreciar que aquells amb menor presència en l'anterior legislatura compten amb menys seguiment.

Els líders de CIU i del PPC es representen en tots els casos amb molta força i suport. En el cas del míting protagonitzat per Artur Mas es transmet amb claredat, en totes les fotografies, la magnitud de l'acte gràcies a la gran afluència de banderes.

Cal posar de relleu que la imatge del representant del PSC, segon grup parlamentari, s'allunya de la postura de líder dels dos que acabem d'esmentar. Un dels set rotatius ni tan sols publica una fotografia. Les imatges publicades de Pere Navarro presenten una similitud amb les publicades dels líders d'ERC i d'ICV, tot presentant el candidat en postures ben diverses i no totes de lideratge.

Si analitzem les notícies i imatges publicades dels tres partits minoritaris observem un fet destacat. I és que C's compta amb força més presència que SI, sobretot pel que fa a diaris generalistes i tot i ser el que menys presència tenia en el Parlament en l'anterior legislatura¹⁰⁹.

Si observem l'actuació dels diferents mitjans podem determinar que els diaris que realitzen una cobertura més completa de la campanya electoral i dels diferents partits són *El País* i *l'Ara*, seguits per *La Vanguardia* i *El Punt Avui*. *El Periódico* prioritza els partits majoritaris davant el minoritaris. El diari *El Mundo* és el que menys notícies i imatges publica sobre la campanya electoral. Finalment, esmentar que el diari *ABC*, tot i les poques notícies que va publicar sobre les eleccions catalanes, compta en el seu web amb una galeria d'imatges on es poden observar les fotografies dels actes finals de la majoria de partits polítics.

¹⁰⁹ La CUP no tenia representació parlamentaria en l'anterior legislatura.

TEMA 3

TREBALL DE CAMP

ENTREVISTA A PAU CANALETA

Pau Canaleta és consultor en estratègia electoral, política i empresarial. I ha participat activament en diverses campanyes electorals a nivell local i autonòmic, a més és professor de comunicació política a la Universitat Oberta de Catalunya i ha escrit diferents llibres sobre la construcció del missatge polític i les tècniques polítiques basades en l'*storytelling*.

Pel tal de completar aquesta investigació hem considerat necessari consultar l'opinió d'un professional en estratègia electoral. L'elecció de l'entrevistat rau en la seva proximitat i disponibilitat.

L'entrevista té per objectiu corroborar les conclusions exposades en aquest document. Per tal d'obtenir declaracions sobre la varietat d'elements analitzats en aquest treball hem estructurat l'entrevista en quatre blocs que reuneixen alguns dels punts principals d'aquesta investigació:

- Estratègia i objectius dels partits polítics
- Cartells electorals
- Portades destacades
- Fotografies publicades pels mitjans

A continuació exposarem l'entrevista transcrita tal com va succeir; i al finalitzar aquesta, extraurem les conclusions principals.

➤ **Estratègia i objectius dels partits polítics**

Quins objectius creus que tenien CIU, PSC, PPC i ERC en les eleccions del 25N? I quina estratègia creus que tenien per aconseguir aquests objectius?

En les eleccions del 25 de novembre del 2012, bàsicament qui tenia objectius és qui les va convocar. Per tant, el que estava més motivat en convocar les eleccions era el que tenia un interès més important, en aquest cas Convergència i Unió. Bàsicament l'objectiu que tenien era intentar aprofitar l'onada que va sorgir a través de l'onze de setembre, poder capitalitzar tot el moviment independentista, liderar-lo per tal de que les retallades i el desgast del Govern d'aquest dos anys de Convergència i Unió quedessin mitigats amb el fet de guanyar-ne dos més. És a dir, segurament sabien que traurien un mal resultat electoral, pitjor que el que havien tret en el 2010 i per tant deien, aprofitem això per veure si almenys podem aguantar el cop i el que guanyem seran dos anys. Aquest era l'objectiu de Convergència i Unió.

I dels altres no era res més que intentar-se posicionar en aquest marc. Perquè unes eleccions no és més que intentar definir l'escenari electoral. L'escenari electoral està configurat en funció dels temes; quins temes faran que la gent voti una cosa o voti una altra. En aquest cas hi havia un tema claríssim que és la magnitud de la manifestació independentista i el que suposava; per tant els partits nacionalistes tenien avantatge, i aquí sí que cadascú intentava moure's en aquest escenari. Convergència, Esquerra i la CUP així com Ciutadans i el PPC s'hi desenvolupaven bé. Els que quedaven més descol·locats en aquest entorn i que no es mouen bé en aquests temes serien el PSC i Iniciativa. L'objectiu del PSC, no n'hi ha, intentar salvar el cul. No tens temps de canviar l'agenda, l'agenda està molt marcada i són uns temes que no afavoreixen. Per tant, intentar mobilitzar els teus.

Bàsicament hi havia estratègia per el que va convocar les eleccions, pels altres no. En canvi Ciutadans i PPC intentaren aprofitar i treure el màxim crèdit als contraris a l'independentisme. En aquest cas, interessava molt que el debat i la campanya es situés també en mitjans espanyols, que és el que va passar. El seu públic no s'informa per TV3, s'informen per Tele 5 i altres mitjans d'àmbit espanyol i per tant quan es vagi creant el clima en aquests altres mitjans saben que ells augmenten de participació.

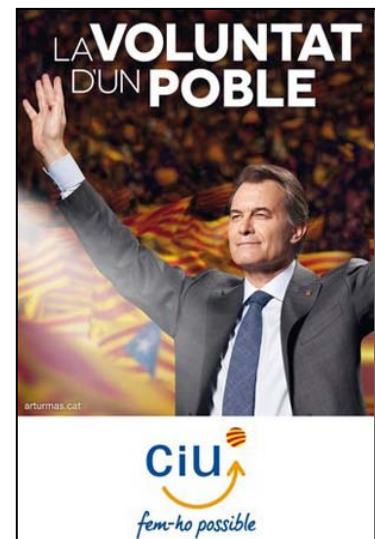
➤ Els cartells electorals

Que és el que veus quan mires cada un dels cartells electorals?

En general els cartells estan pensats per intentar transmetre objectius concrets. En uns pot ser donar a conèixer el candidat, en altres, animar el missatge o redefinir el posicionament del candidat, però sempre hi ha un objectiu molt concret pensat pel carrer. Els cartells no estan pensats tant per paper sinó sobretot en banderoles. L'objectiu principal de la majoria de cartells és fer que la gent es familiaritzi amb els candidats, i per això sempre hi ha la cara del candidat.

- **Cartell de CIU**

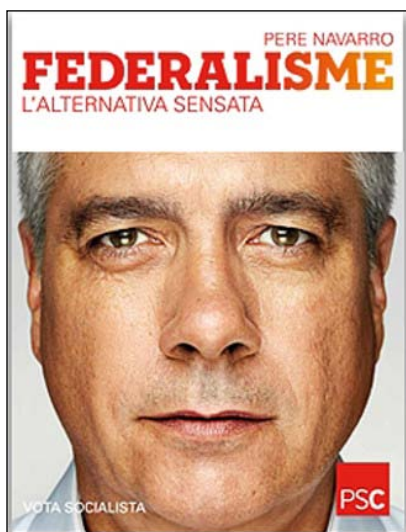
El cartell d'Artur Mas és un dels factors determinants en el mal resultat electoral. És un cartell que el que feia era celebrar la victòria que encara no s'havia produït. És un bon cartell un cop tens el resultat esperat, no abans. Això va desmobilitzar una part de l'electorat i va provocar rebuig en bona part, per això del messianisme, aquella imatge de Moisès, un home que sembla un profeta, etc.



Imatge 50: Cartell electoral CIU
Font: www.catalunyapress.cat

Respecte la petita estelada que es veu, són petits missatges. És a dir, nosaltres hem passat del que es deia partits de masses, on els fills votaven el mateix que els pares i aquests el mateix que els avis, i hi havia molts vincles, un llenguatge propi, però que no s'adreçava a l'altre part de la població. Amb l'aparició del primer mitjà de comunicació de masses, que era la televisió, és la primera vegada que un candidat s'adreça tant als partidaris com als contraris. Per tant és tendeix a modular i a suavitzar les formes. Es passa de revolució a polítiques socials. I així passem de partits de masses que agrupaven una gran part de la societat a partits que en diem *Catch-all*, que són partits que s'adrecen a diverses personalitats. Per tant la gràcia d'un partit és no mullar-se molt sinó, com que la societat és cada vegada més diversa, busquen mantenir sensibilitats diferents agrupades sota unes sigles o en un candidat. És el cas de Convergència i Unió. CIU pot tenir des d' independentistes fins a espanyolistes que són més partidaris del tema empresarial i el PSC també; tenia des de l'obrer immigrant que va arribar als anys setanta espanyol fins el progressista de classe alta, intel·lectual... en la mida que es va retallant això tens problemes. Per això el que es fa és donar petites senyals perquè tothom vegi en el líder o en el partit allò que vol veure. I aquí hi ha una petita senyal per què aquell que vulgui veure a Artur Mas independentista, el vegi. Són petites senyals perquè tothom vegi allò que vol veure.

- **Cartell del PSC**



Imatge 51: Cartell electoral PSC
Font: www.catalunyapress.cat

En el cas del PSC és un candidat que no és gaire conegut i el que vol és que la gent es familiaritzi amb la seva cara, sobretot els seus votants. D'aquí a que s'utilitzi la graduació del color vermell, la tipografia, el logotip és més petit però es vincula... el que es vol és que la gent es familiaritzi amb el candidat, perquè ningú vota a algú que no coneix.

La fotografia de Pere Navarro juga molt amb la imatge que va publicar la revista "Esquire" de George Clooney; juga amb això de modernor i intentar donar una imatge, i sempre el PSC, amb el tema disseny, ha estat molt bo. La degradació en la paraula Federalisme juga una mica amb els colors de la senyera, i també és per no fer-ho amb un color estrictament vermell, sinó que hi hagi un to una mica més càlid.

- **Cartell del PPC**

Respecte el cartell de l'Alicia Sánchez Camacho, dir que te formes molt suaus amb un ús destacat del *photoshop* on el que s'intenta és dosificar la imatge de la candidata, llençar aquí la imatge d'aquesta bandera entre catalana i espanyola i poca cosa més. Ells tenen els votants que tenen, són votants molt fidels que augmenten i disminueixen poc. Ells el que volien era que la gent tingués clar la imatge de l' Alicia Sánchez Camacho, per això la suavitzen, amb aquest somriure, aquests colors pastel, una imatge molt suau i gens agressiva.

Els el que volien era agrupar a tot el votant que davant d'aquesta marea independentista podia sentir-se refugiat amb el PPC. Hi havia també la possibilitat de Ciutadans, que també juga amb les dos banderes però en aquest cas hi fiquen l'europea. El PPC sap que és una apel·lació que ha de fer pels seus votants, sobretot per intentar atreure electors que estan més descol·locats, sobretot socialistes.



Imatge 52: Cartell electoral PPC
Font: www.catalunyapress.cat

- **Cartell d'ERC**



Imatge 53: Cartell electoral ERC
Font: www.catalunyapress.cat

El fons d'aquest cartell és molt Junqueras, és tornar als orígens d'Esquerra, amb el tema de disseny, quan es jugava amb el negre i el groc. El que fan és crear un ambient en el que ell es trobi còmode, i això vol dir natura i cert ruralisme, una cosa bastant suau. En el cartell també hi ha el QR i missatges petits de reforç. Però ERC no s'hi ha bolcat gaire amb el tema de la campanya a nivell de cartell. Així com en altres partits el cartell té més importància, en el cas d'Esquerra i del PP són potser els que s'hi ha gastat menys esforços. Són imatges que et podries haver trobat a la campanya del 1999 o en qualsevol altre campanya. Tots els altres no, estan molt més pensats per aquesta campanya en concret. I de fet aquests dos són aquells que han tret bons resultats i que no patien. Són aquells que no necessitaven excessivament fer una campanya d'imatge.

- **Cartell d'ICV**

En aquest cartell es busca la mirada de perfil i amb la camisa descordada. Molt bo el lema *...I tant si podem!*, en tots els sentits, perquè sigui interpretat pels que volen sobiranisme, pels que volen canviar la situació econòmica, etc. Una imatge del que és Iniciativa, una imatge molt desenfadada, molt propera, molt tranquil·la. És un missatge que busca no tant mobilitzar sinó simpatitzar amb el seu electorat.



Imatge 54: Cartell electoral ICV
Font: www.catalunyapress.cat



Imatge 55: Cartell electoral SI
Font: www.pinterest.com

➤ **Cartell de SI**

El de SI té un missatge típic amb un excessiu missatge. I ell amb un format totalment descol·locat, amb camisa i corbata, típic dels anys vuitanta. No s'acaba d'entendre, quan es tracta d'un partit nou, rebel, radical, que utilitzi l'estructura de partit normal i clàssic.

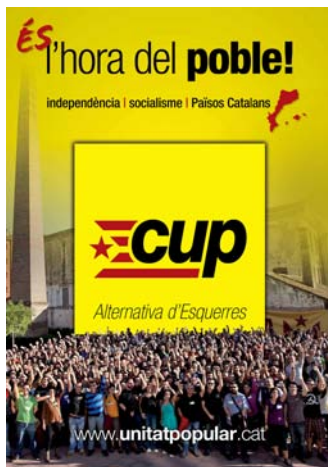
- **Cartell de C's**

El *Mejor unidos* de Ciutadans és bàsicament donar a conèixer a Albert Rivera i és una apel·lació directe a la confrontació que té Catalunya i Espanya i al vot útil. Tot i que en el cartell apel·lin a la bandera d'Espanya, en tota la campanya no van parlar de res de llengua, que era el seu gran únic tema abans. Van parlar de transparència, de classe política o de casta política de gent de fora. Té un objectiu més fresc, ve a canviar les coses i per això té aquest discurs.

En els anteriors cartells buscaven cridar l'atenció perquè ells no tenien espai mediàtic però ara tenen un pes i el que fan és el contrari, és reforçar la imatge d'establishment¹¹⁰, en canvi en el seu primer moment el que necessitaven era cridar l'atenció perquè els mitjans s'hi fixessin, perquè sinó ningú no seguia els seus actes ni res. És interessant, igual que en el cartell de López-Tena, el fet de reforçar el nom, en canvi en els partits més coneguts no es fa tant.



Imatge 56: Cartell electoral C's
Font: www.catalunyapress.cat



Imatge 57: Cartell electoral CUP
Font: www.catalunyapress.cat

- **Cartell de la CUP**

Finalment la CUP, és un lligam de poble, de gent, de col·lectiu i d'assemblea. El fet que no sortís un candidat és justament el valor de la CUP. De fet nosaltres no votem en eleccions a un candidat. El que passa és que en les eleccions americanes si que voten al president i el que fan és que ho focalitzen tot en la persona. Això a nivell de mitjans és molt més senzill de comunicar. Una cara ha de comunicar el que abans comunicava el partit, el programa, els candidats, la llista, etc. i ara tot es canalitza en un candidat. Si vas a guanyar unes eleccions o a treure un resultat ampli necessites una cara, si ets la CUP, per l'elector que ells tenen no ho necessiten perquè ja tenen aquest llenguatge de gent molt informada. És a dir, ells no s'adrecen al conjunt de la ciutadania sinó a aquella part de la ciutadania que els agrada aquest estil, aquesta manera de fer, i que se senten representats fora dels personalismes. Si haguessin d'anar a assolir el poder o a treure un bon resultat, haurien de buscar una cara que lideres el partit.

¹¹⁰ Amb establishment, Pau Canaleta, es refereix a ser un partit amb representació institucional.

Quin d'aquests cartells creus que és més atractiu visualment? Perquè?

Crec que visualment el més atractiu és el del Pere Navarro, el que t'hi fixes més, i el d'en Mas. Però en el d'en Mas fluïxeja la mà que fins i tot han fet que faci les quatre barres. Per mi aquests dos cartells són els més bons. Però en el de Mas el missatge està equivocat. Només que retallessis la mà el missatge seria brutal, seria un home humil amb el poble darrera; en canvi així és seguiu-me, estic il·luminat. Aquests dos són també els que tenen més experiència.

Quin partit creus que ha aconseguit transmetre millor l'objectiu que es proposava? Perquè?

En aquest sentit jo crec que els que transmeten millor el seu objectiu serien el de la CUP i el d'ICV. Els altres eren molt difusos, no t'explicaven res. El d'en Mas era erroni, el del PSC el missatge era donar-lo a conèixer, per tant no transmetia res més que presentar-nos el candidat, que no era gens conegut llavors. I en canvi en els altres no hi ha un objectiu clar. ERC potser si que el que volia era trencar una mica amb la imatge de tripartit. Venien d'un molt mal resultat del tripartit i justament dos anys després tenen un grandíssim resultat; i no és casualitat que la imatge gràfica, el candidat i tot aquest entorn rural de darrera apel·li una mica a la Catalunya rural i a una esquerra més tradicional; una campanya més típica dels anys noranta més que dels dos mil. Però jo crec que els que transmeten més són els de la CUP i el d'ICV.

Quin candidat creus que pot causar més empatia? Perquè?

El cartell d'ICV perquè és el que fa la imatge més propera i es comporta més com nosaltres. En Junqueras també transmet empatia però el fet de la corbata i tal... i també es notava que aquesta foto no era real sinó que estava superposada al paisatge, no es veu el Junqueras real.

➤ Portades destacades

Aquestes són les portades de dos rotatius, un d'àmbit català i l'altre espanyol, del divendres 9 de novembre del 2012, dia previ a l'inici de la campanya electoral. Com interpretes els dissenys que han elaborat?



Imatge 58: Portada ABC,
9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net



Imatge 59: Portada El Punt Avui,
9 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

Les línies editorials van molt amb l'objectiu que té cada mitjà. En el cas de l'ABC el missatge és molt clar, en Mas se la fotrà, bàsicament perquè ho pronosticava l'enquesta del CIS. I en el cas d' *El Punt Avui*, perfilaven els punts que ells creuen que són interessants, que no vol dir que siguin els dubtes interessants per la majoria, però pels seus lectors i per ells si. Aquests són els grans dilemes que ells veien. Segurament si fos un altre mitjà serien uns altres. Els mitjans només pensen en els seus electors i

en funció d'aquests fan les portades. Segurament els lectors del punt estaven preocupats per aquestes incògnites i els lectors del ABC segurament es preguntaven si Mas s'ensorraria.

Tot influència. Com ja hem comentat unes eleccions són definir el terreny de joc, és a dir, quins temes estaran en la opinió pública i faran que jo voti un candidat o no. Hi ha temes que hi són sempre, que són el que en diem marcs mentals, són aquells temes a través dels quals nosaltres obtenim una visió del món i en fem una interpretació. Per exemple, si hi ha eleccions a Catalunya, els partits catalanistes tenen majoria, perquè la gent sap que es millor votar un partit que no depengui de Madrid. Després hi ha uns temes menys fixes que són el que en diem l'espiral del silenci, que són aquells temes que estan més o menys imposats, com pot ser ara mateix el sobiranisme. I després hi ha el que en diem l'agenda *setting*, que són aquells temes que o bé perquè els mitjans en parlen, o bé perquè estan al carrer, acaben decidint la campanya, i no només la campanya sinó l'opció que tria la gent a l'hora de votar. I els mitjans el que volen és que tots els temes que a ells els afavoreixen i que els hi interessin s'acabin introduint en la opinió pública i acabin definint aquest escenari. Els partits al revés, els temes que afavoreixen a cada opció política són els que el partit buscarà introduir en el debat i en l'agenda política; i per això hi ha aquesta confrontació per intentar definir quin és l'escenari electoral; i en aquest rol, els mitjans juguen un paper determinant. Un exemple és el diari *El Mundo*, que va tenir un paper molt important pel que fa a la

corrupció. La gent que vota sobiranisme o independentisme no els van influenciar les declaracions del diari, però *El Mundo* no volia influenciar a aquest electorat, volia marcar l'agenda per influir en aquells que alguna vegada havien votat Convergència i que eren espanyols. Per exemple, si veiem el traspàs de vots veiem que hi ha un canvi important de vots en el Baix Llobregat de CIU a Ciutadans; que s'explica bàsicament tenint en compte que no eren votants de Convergència sinó que eren votants que volien acabar amb el tripartit l'any 2010.

Aquestes dues portades són del dilluns 19 de novembre, dia posterior al debat realitzat a TV3. Que n'extreus de la imatge seleccionada per cada mitjà?



Imatge 60: Portada La Vanguardia, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net



Imatge 61: Portada Ara, 19 de novembre del 2012
Font: www.kiosko.net

La diferència entre aquestes dues portades és molt evident, *La Vanguardia* va apostar claríssimament pel candidat convergent, Artur Mas. Ja des del 2004-2005 hi va haver una aposta clara i aquí es veu. El titular és una declaració d'en Mas. En el debat la figura preminent és en Mas mentre que els altres semblen alumnes que van a recollir un títol davant l'autoritat, hi ha una preeminència d'un candidat president.

I en canvi en el diari *Ara* el titular és molt clar, "El sobiranisme surt reforçat", no es postula tant amb qui, però sí que tots els que llegeixen l'*Ara* els hi agrada aquest titular, tothom qui llegeix l'*Ara* és més o menys sobiranista. El diari es defineix més per les puntuacions, on els partits catalanistes i sobiranistes treuen un molt bon resultat, i la imatge és molt més neutre, és una imatge de tots. Si que és cert que els mitjans el que volen és la foto diferent, és la foto que sorprèn més i que és més interessant.

La fotografia de *La Vanguardia* és més interessant però més partidista. Però sempre hi ha una intencionalitat. És una manera d'enfocar una realitat.

➤ Fotografies publicades pels mitjans

Aquestes són les imatges que publicaren els principals diaris sobre els actes finals de cada partit polític. Quines diferències aprecies en el tracte dels diferents candidats?

• **Fotografies Artur Mas:**



Imatge 62: Recull de les fotografies publicades d'Artur Mas pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012

Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

La notícia d'aquí no era el missatge que donava Mas, la notícia d'aquí era com va omplir el Sant Jordi. L'objectiu era la imatge amb un bany de masses. És important dir que cada mitjà destaca allò que afecta més als seus votants i que li interessa més com a política mediàtica. El titular de *La Vanguardia* és bastant neutre però està dient, fem un últim esforç, demana el vot útil, molt lligat al missatge que ell deixava anar. En el titular d' *El Periódico* hi veiem una intencionalitat, aquesta persona el que vol és fer un sal, incomplir la llei, això com a concepte sona molt malament. El titular d' *El País* fa referència al joc brut, sobretot perquè *El País* va fer ressò sobre els casos de corrupció catalana; fan referència a un tema que ells han seguit. *El Punt Avui* apel·la molt al que CIU voldria i no vol deixar en mal lloc a Artur Mas. El titular de *l'Ara* és un cas similar a la notícia anterior, molt pensat amb els lectors de *l'Ara*. I d' *El Mundo* te un to una mica irònic, però és bastant neutre per ser *El Mundo*.

Fotografies Pere Navarro:



Imatge 63: Recull de les fotografies publicades de Pere Navarro pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

La foto de *La Vanguardia* és demolidora i no és gaire positiva. La imatge d' *El Periódico* no és molt positiva i el titular intenta mobilitzar l'elector del PSC, és molt d'apel·lació i molt neutre. El titular d' *El País* mostra un malestar amb el tema aquest d'Iniciativa, i no agrada que els partits d'esquerres s'ataquin entre ells. El titular d' *El Punt Avui* és molt descriptiu. I en la notícia de *l'Ara* es dona un vot d'esperança als partits d'esquerres destacant una declaració del candidat socialista.

- **Fotografies Àlicia Sánchez Camacho:**



Imatge 64: Recull de les fotografies publicades de Àlicia Sánchez Camacho pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

El titular de *La Vanguardia* és un missatge bastant clar i neutre, cal recordar que *La Vanguardia* té lectors del PPC també. En el cas d' *El Periódico* és una descripció més analista. Les imatges són horribles, de la Camacho amb la Cospedal totes. Això vol dir que no en van donar gaires o que segurament no hi havia gaire joc. En teoria les fotos les fan els mitjans, hi van periodistes o fotògrafs, però potser només deixen un moment, o potser són d'agència, però si no hi ha molta diversitat vol dir que són d'agència o que els han passat ells o que només els hi ha deixat fer fotos durant un període molt curt que és aquest. Sobretot busquen imatges que exemplifiquin el missatge que els mitjans volen donar. El titular d' *El País* si que té intencionalitat, volen dir que es deixa de parlar de retallades però no es deixa de parlar d'altres coses. No vol ajudar al PPC. El titular reforçat per la imatge ho diu tot, de fet s'ha d'intentar entendre la imatge sense text. El titular d' *El Punt Avui* lliga molt, un cop més, amb el lector d'aquest diari. El del diari *Ara* també és molt neutre. *El Mundo* ja no parla del PPC ni de Camacho sinó que titula Cospedal, no li interessa tant el delegat que tenim a Catalunya sinó algú important. El titular parla del que havien destapat ells. Toquen els temes que a ells i als seus lectors els hi interessa.

- **Fotografies Oriol Junqueras:**



Imatge 65: Recull de les fotografies publicades d'Oriol Junqueras pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

El que intenta *La Vanguardia* amb aquest titular i aquesta fotografia és mobilitzar l'electorat cap a Convergència, ve a dir, encara dependrem d'esquerra i després del tripartit no podem tornar a dependre d'ells perquè tot va acabar com el rosari de l'aurora. En el cas d' *El Periódico*, el mateix, parla del soci més fiable. I si observem la imatge veiem que a la que hi ha una imatge sorprenent s'aprofita per atreure l'atenció. En el missatge veiem que diu, ei, si dubteu entre PSC i ERC, no voteu a aquests que sinó ens farà a Mas president. El titular d' *El País* busca desgastar Esquerra i mobilitzar electors de la CUP. Aquí es veu un interès en dividir l'independentisme. Aquest "ninguneja" no s'entén si no hi ha intencionalitat. El titular d' *El Punt avui* busca que la gent voti Esquerra en comptes de Convergència. El titular de *l'Ara* lliga un cop més amb el lector de *l'Ara*. El titular d' *El Mundo* és un missatge claríssim al seu elector, diu que Esquerra condicionarà a Convergència, voteu a Ciutadans, voteu al PP, així no dependrem d'ells.

- **Fotografies Joan Herrera**



Imatge 66: Recull de les fotografies publicades de Joan Herrera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

El titular de *La Vanguardia* fa referència a una típica declaració d'Herrera, és molt descriptiu. El titular d' *El Periódico* si que és una apel·lació, aquí si que ajuda a Herrera, segurament si Herrera demanes un titular demanaria aquest. És un gran resum que ajuda molt a Herrera. El titular d' *El País* és molt descriptiu. El d' *El Punt Avui* fa referència a una part de l'electorat que té. En el cas de l'*Ara*, veiem que a mesura que baixa el candidat no hi ha tanta confrontació, tothom tracta més bé als candidats que són més petits, amb el partits més grans els mitjans són molt més durs i crítics amb els titulars. El titular del diari *El Mundo* ve a dir, tampoc voteu a aquests que també es creuen que són un país. Tots juguen una mica amb la intencionalitat, però a mesura que baixes de partit es redueix la intencionalitat de l'editorial.

En aquestes eleccions com que tot està bastant clar i no s'esperen sorpreses, no hi havia una confrontació real electoral. Tothom sabia que guanyaria Mas, el dubte estava si amb majoria absoluta o no i ningú s'esperava els resultats.

➤ Conclusions de l'entrevista a Pau Canaleta

Aquesta entrevista complementa el contingut d'aquest treball. Ha estat una aportació amb una visió més crítica i professional que ha permès entendre millor el panorama electoral i les intencionalitats que s'amaguen rere els partits polítics i els mitjans de comunicació. A continuació exposarem les idees claus que s'han expressat en aquesta entrevista.

Estratègia i objectius dels partits polítics: Al tractar-se d'unes eleccions avançades l'únic partit que tenia una estratègia planificada era el que les va convocar, Convergència i Unió, que buscava capitalitzar el moviment independentista per així aconseguir renovar la legislatura i optar a dos anys més en el Govern. Per tant, CiU treu un resultat molt allunyat a les expectatives creades i l'estratègia de convertir-se en el partit majoritari per portar a terme la transició nacional fracassa.

Els cartells electorals: Els cartells tenen objectius concrets, el més comú és donar a conèixer el candidat. El cartell de CIU celebra la victòria que encara no s'ha produït, i això provoca un rebuig en l'electorat. El del PSC és una presentació del candidat, poc conegut en aquell moment. El del PPC té un disseny poc agressiu i amb formes i colors suaus que busca refugiar a tots els que aposten per la unitat d'Espanya. Amb un disseny poc elaborat, ERC torna als seus orígens amb una utilització marcada del groc i el negre. ICV proposa una imatge desenfadada, propera i tranquil·la. El de SI té un disseny massa rígid i un excessiu missatge. El de C's, tal com el del PSC, busca donar a conèixer el candidat. I finalment, el de la CUP transmet la confiança en els lideratges col·lectius.

Portades destacades: Els diaris expliquen les notícies des del seu punt de vista. La seva visió dels fets ve determinada per l'objectiu i els interessos que tenen i les línees editorials enfoquen la realitat des de la seva perspectiva. Els diaris expliquen els fets tal com els vol conèixer el seu lector així que en funció d'aquests fan les portades. En tota notícia hi ha una intencionalitat on es busca influenciar l'elector, o si més no modificar la seva visió dels fets.

Fotografies publicades pels mitjans: En les fotografies publicades de cada candidat s'aprecia la intencionalitat del diari. Els rotatius destaquen allò que interessa més al públic. Busquen aquella fotografia que lligada amb el titular motivi el vot o el rebuig cap a uns i altres. A mesura que es redueix la força del partit minva l'agressivitat i la intencionalitat.

ENQUESTA

La fase final de la nostra recerca té per objectiu conèixer l'efecte de la imatge en l'elector. Per això hem elaborat una enquesta que busca compartir la visió d'aquest sobre els elements que s'han estudiat en aquesta investigació.

La població o univers, és a dir, tots aquells que haurien de ser observats per realitzar la investigació, en aquest cas, les persones majors de 18 anys i empadronades a Catalunya, és de més de cinc milions dos-cents mil electors¹¹¹.

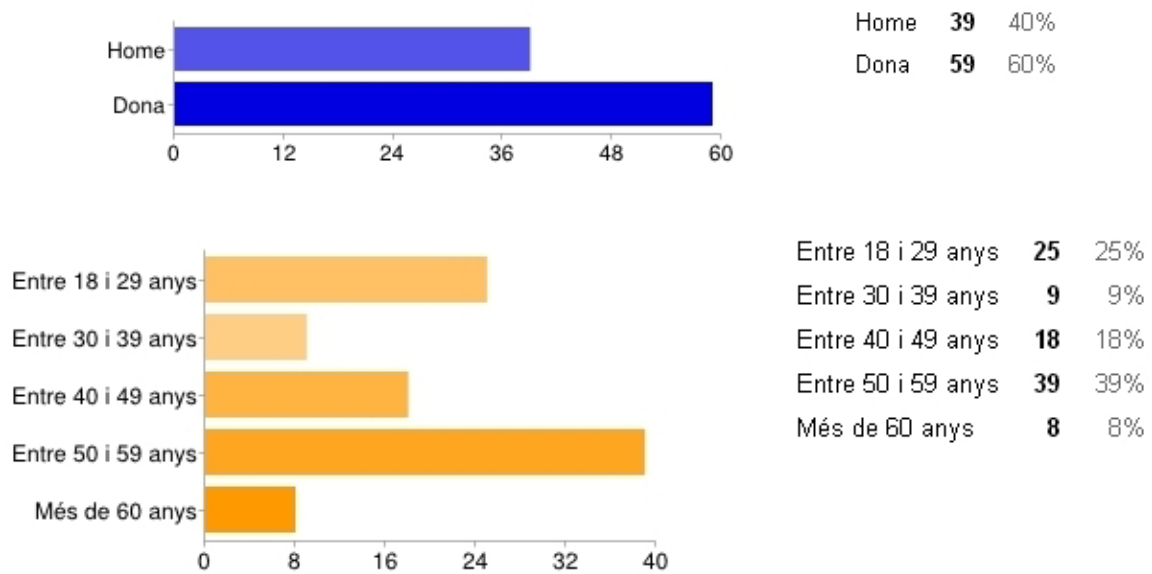
La mostra seleccionada és de cent persones. Aquesta xifra és poc representativa sobre el total de l'univers però la magnitud de la investigació i la limitació del temps han estat decisius en el nombre d'enquestats. Aquestes persones han realitzat l'enquesta de manera voluntària i han estat seleccionades en funció de l'accessibilitat. Per tant es tracta d'una mostra no probabilística que per definició no és representativa del total de la població, només és il·lustrativa. Sent així, les proporcions de sexes i edats no són representatives de l'univers. S'han sol·licitat amb un objectiu contextual i l'anàlisi de les respostes no es basarà en aquestes dades.

Aquesta enquesta té per objectiu conèixer l'efecte de les imatges projectades en els electors. Per això preguntarem sobre els temes que recorden que més es van tractar, sobre els cartells electorals i sobre les imatges publicades de cada candidat. Amb tot això buscarem ratificar els elements essencials que s'han tractat al llarg d'aquest estudi.

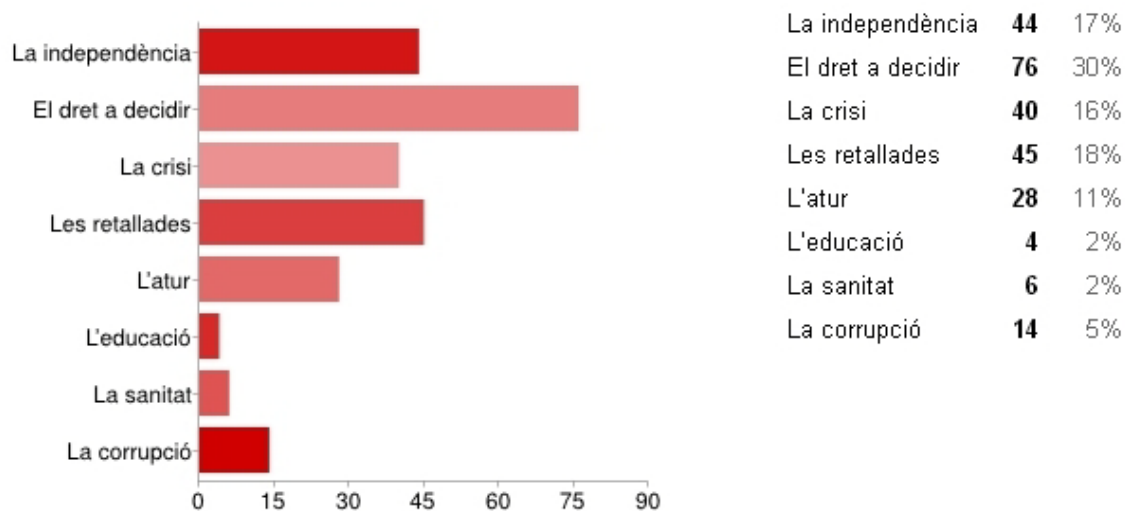
D'altra banda, cal tenir en compte que els enquestats no han contestat la totalitat de preguntes i, per tant, els percentatges no sempre estan comptabilitzats sobre el valor 100.

¹¹¹ "Més de 5,2 milions de catalans estan convocats a les urnes el 25N" dins <http://ves.cat/hhVk> [Barcelona], (8 d'octubre del 2012) [consultat: 15/07/2013]

Sexe i edat



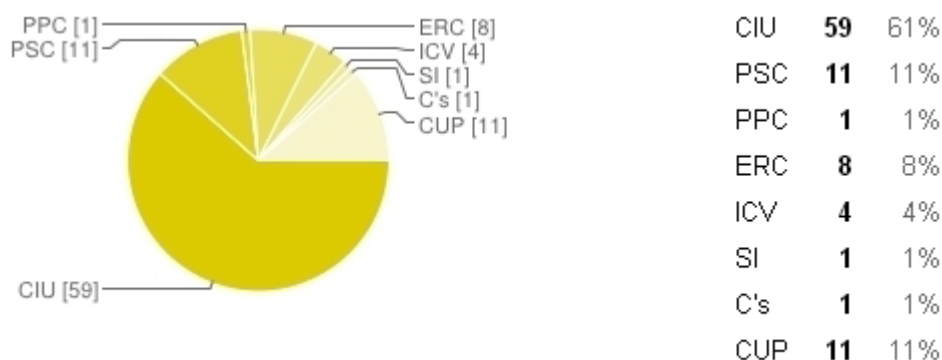
1 - Quins tres temes creus que es van tractar més al llarg de la campanya electoral?



Com que en l'acte comunicatiu és més destacable com arriba el missatge que com s'emet, hem cregut necessari conèixer quins són els temes que es van percebre com els més destacats de la campanya electoral; sobretot tenint en compte l'estratègia que hem definit en el primer tema d'aquest estudi.

Els voluntaris que han realitzat aquesta enquesta opinen que el dret a decidir ha estat el tema més tractat, seguit a molta distància de les retallades, la independència i la crisi. Els resultats reforcen la classificació de temes destacats que s'ha realitzat en aquesta investigació; i permet establir un lligam entre el missatge que es buscava expressar i la percepció de la població davant d'aquest objectiu comunicatiu.

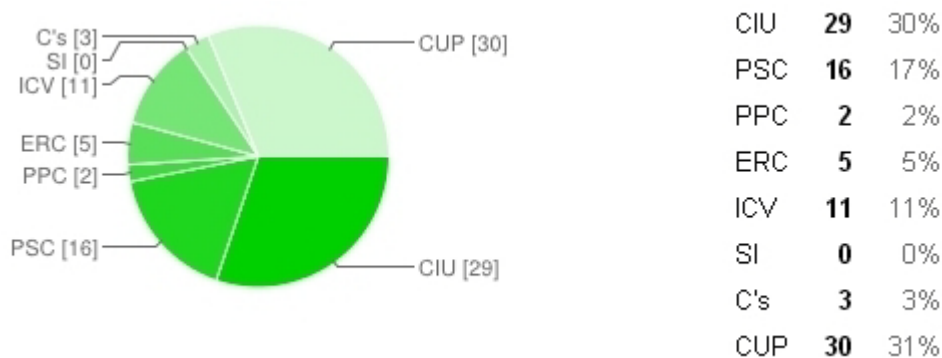
2 – Recorda les eleccions del 25N. Quin és el primer cartell que et ve a la ment?



Un 61% dels enquestats ha donat per resposta el cartell de CIU. Aquest fet no és d'estranyar ja que tant la premsa com els líders d'opinió van donar ressò en forma de crítica a la imatge que el partit va difondre. Una fotografia polèmica que de tant ser criticada va aconseguir destacar i arribar a la població.

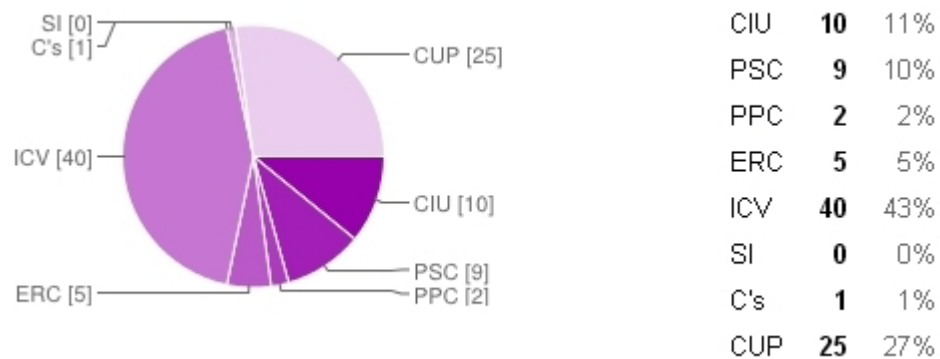
Cal posar especial èmfasi en la situació de la CUP en aquest gràfic, que no havia comptat mai amb representació parlamentària i va realitzar un cartell que és el més recordat per un 11% de la mostra.

3 - Dels cartells electorals que trobaràs en el centre de l'enquesta, quin et crida més l'atenció?



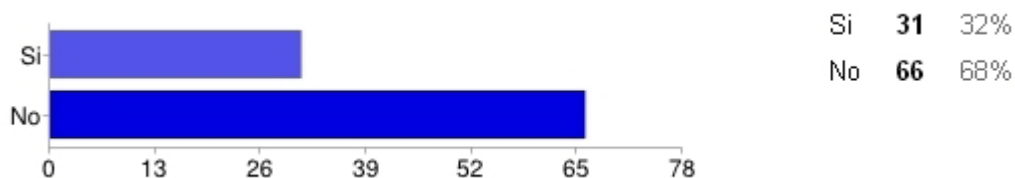
En la resposta d'aquesta pregunta veiem una resituació dels partits més destacats en la resposta anterior. Quan mostrem als electors els cartells uns mesos després de les eleccions, trobem que el cartell de la CUP destaca tant com el de CIU. Això no és d'estranyar atenent a la diferenciació que ha buscat aquest partit. La fotografia poc convencional del PSC i la fotografia treballada del candidat d'ICV també han sabut cridar l'atenció i arribar al votant. En canvi els d'ERC i el PPC són poc recordats.

4 – Quin cartell t'agrada més?



El cartell més agradable estèticament no té perquè ser el més eficient. Gairebé la meitat dels que han realitzat l'enquesta opinen que el cartell que més els agrada és el d'ICV i després, el de la CUP. Ambdós varen realitzar una aposta diferenciada, un en presentar el candidat de forma atractiva i l'altre en mostrar molta gent sense el lideratge d'un candidat. En canvi, el de CiU, que va impactar molt, no va acabar de convèncer.

5 – Vas votar el partit del cartell que t'agrada més?

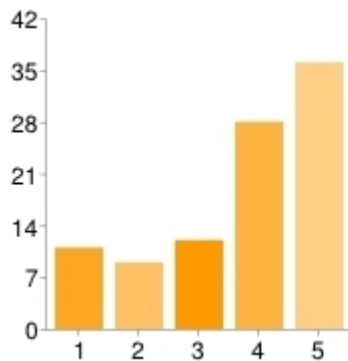


La contundència dels resultats a aquesta pregunta compte amb el suport de les tres anteriors respostes; i tenint en compte els resultats electorals¹¹², podem determinar que el cartell no és un element decisiu a l'hora de determinar el vot. Caldria realitzar una investigació més profunda per poder concretar més el grau d'influència de cadascuna de les parts d'una campanya electoral.

Per concloure l'anàlisi de les respostes a aquesta pregunta, podem afirmar que amb l'excepció de la CUP, són els partits majoritaris els que han realitzat els cartells més bons a nivell comunicatiu.

¹¹² "Resultats finals 25N 2012" dins <http://ves.cat/hhVI> [Catalunya] [consultat 15/07/2013]

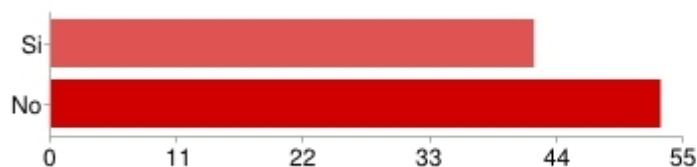
6 – Quina influència va tenir el nacionalisme a l'hora de determinar el teu vot? (u poca, cinc molta)



1	11	11%
2	9	9%
3	12	13%
4	28	29%
5	36	38%

Com podem observar en les respostes a aquesta pregunta el dret a decidir i la independència no només van ser els temes més tractats pels polítics durant la campanya electoral sinó que també van ser els elements més decisius a l'hora de determinar el vot. Gairebé el 70% dels enquestats consideren que la seva posició en el principal debat d'aquestes eleccions va influir molt o bastant en el seu vot.

7 – Vas votar el mateix partit que en les anteriors eleccions autonòmiques?



Si	42	44%
No	53	56%

Tot i que és difícil saber perquè un 56% de la mostra va votar un partit diferent que dos anys abans, en les eleccions del 2010, podem relacionar aquesta tendència amb la creixent crispació popular fruit de les retallades i de la decadència social que a l'hora ha accentuat el debat nacionalista.

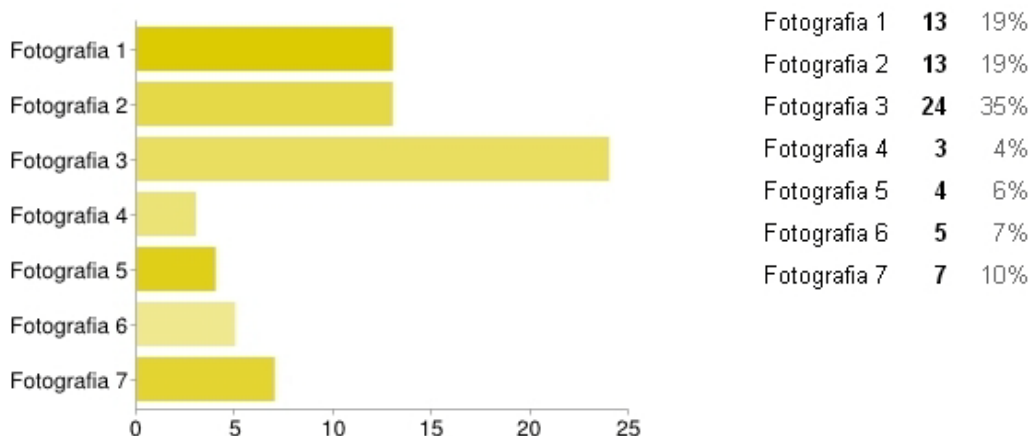
Unes eleccions avançades són la resposta a una crisi política o social, així que no és d'estranyar que els resultats canviïn respecte els de les anteriors.

8 – A continuació tens un seguit de fotografies publicades d'Artur Mas en l'acte final de campanya.

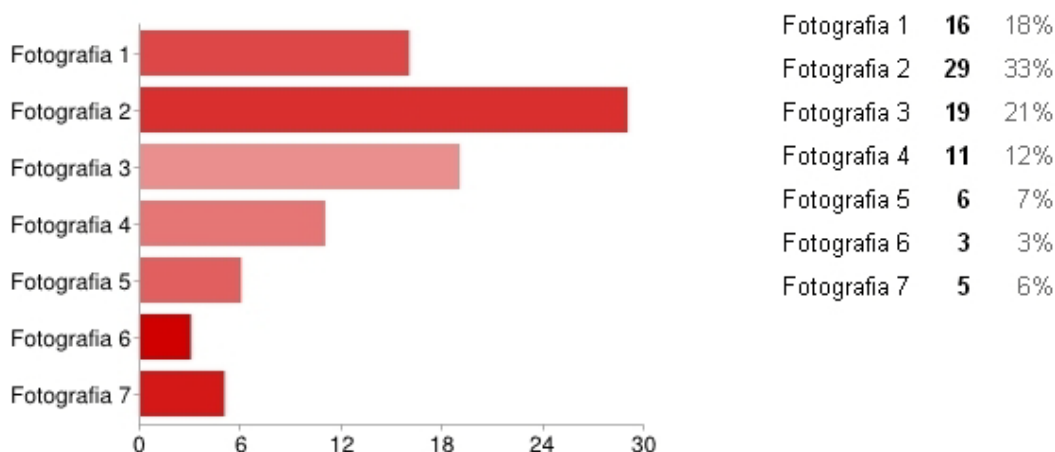


Imatge 67: Recull de les fotografies publicades d'Artur Mas pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

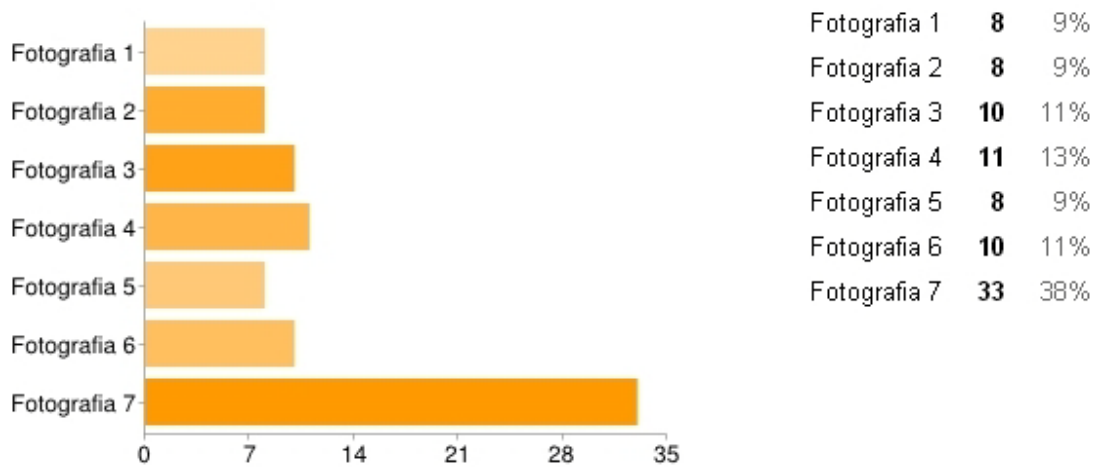
Selecciona la fotografia que et resulti més atractiva visualment.



Selecciona la fotografia on et resulti més convincent.



Selecciona la fotografia que creus que l'afavoreix menys a l'hora d'aconseguir vots.



En l'últim bloc d'aquesta enquesta es presentaven les fotografies dels candidats numerades de l'u al set sense especificar-ne l'origen. És per això que en els gràfics de les respostes figuren els números i no el rotatiu on es va publicar la fotografia. Per comprendre millor les respostes que s'han donat i poder així lligar-les amb l'anàlisi que s'ha fet en el treball, en aquesta ocasió n'especificarem l'origen.

La fotografia d'Artur Mas publicada pel diari *El País* és la que es considera més atractiva visualment, seguida a força distància per la de *La Vanguardia* i la d' *El Periódico*. Són també aquests tres rotatius els que presenten de manera més pròxima al candidat. Encara que sabem que *La Vanguardia* és el diari més pròxim a CiU. *El Periódico* ha donat suport tradicionalment a la ideologia socialdemòcrata representada a Catalunya sobretot pel PSC. En aquestes últimes eleccions, a causa de la crisi interna dels socialistes, la seva posició va ser més neutral.

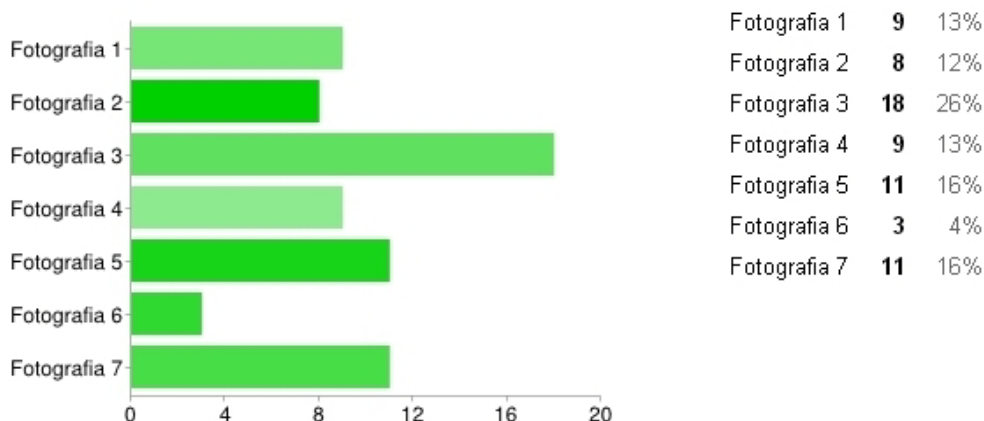
La fotografia que els enquestats consideren que afavoreix menys a Artur Mas és la que publica el diari *ABC*. Aquest rotatiu junt amb *El Mundo* són els més contraris al projecte convergent i també són els únics que no busquen una imatge protagonitzada pel candidat d'aquest partit. Aquests diaris van tenir una forta presència a les eleccions catalanes. Cal recordar que *El Mundo* va publicar notícies d'una presumpte corrupció de líders de CiU que finalment no va poder demostrar.

9 – A continuació tens un seguit de fotografies publicades de Pere Navarro en l'acte final de campanya.

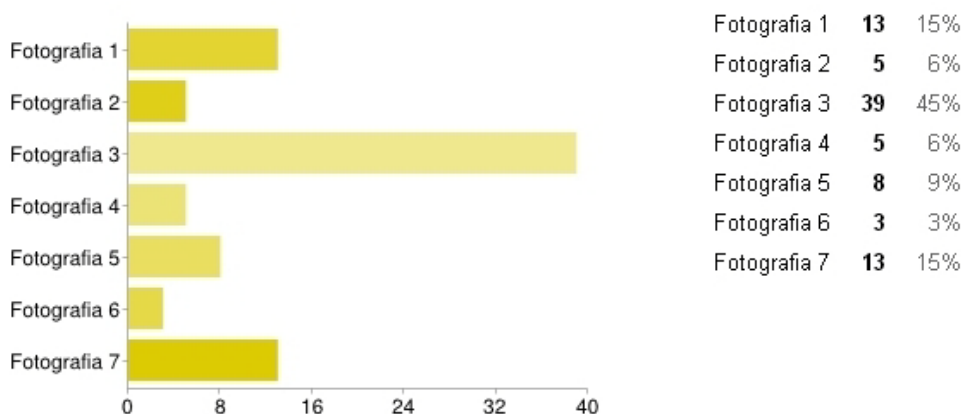


Imatge 68: Recull de les fotografies publicades de Pere Navarro pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

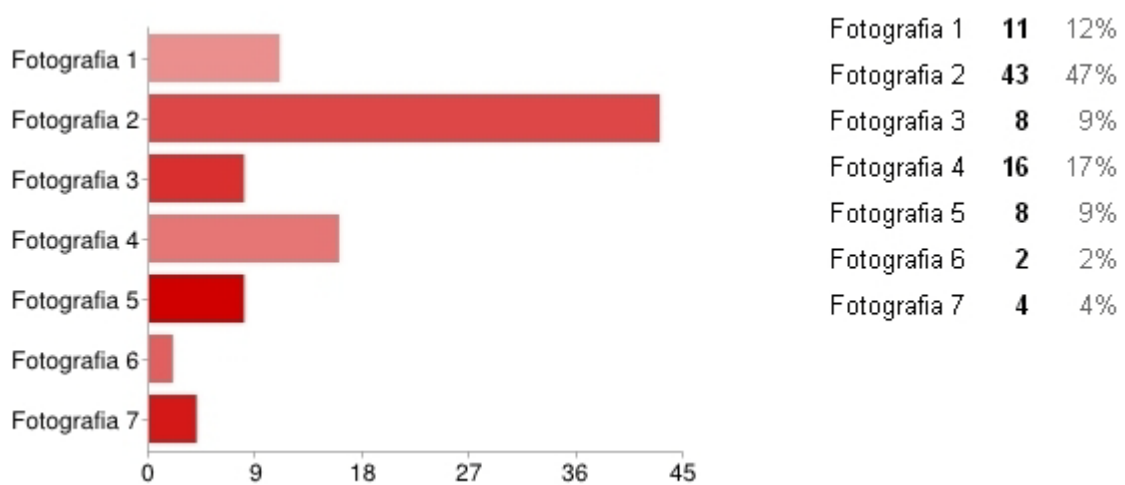
Selecciona la fotografia que et resulti més atractiva visualment.



Selecciona la fotografia on et resulti més convincent.



Selecciona la fotografia que creus que l'afavoreix menys a l'hora d'aconseguir vots.



Com ja hem esmentat en el seu moment, les fotografies publicades del candidat socialista, Pere Navarro, no corresponen totes al mateix dia. Això cal tenir-ho en compte a l'hora de parlar del seu efecte.

La fotografia que els enquestats consideren més atractiva visualment pertany a l'acte final que va celebrar el partit; però les dues que empaten en segon lloc, una pertany al mateix dia però no en el moment del míting, i l'altre pertany a un acte electoral menor. Entenem que la fotografia que publica el diari *Ara* destaca per la originalitat del moment mentre que la imatge publicada per l'*ABC* destaca per la posada en escena pròpia de la situació més que en l'enfocament donat a la fotografia.

Quan preguntem per la fotografia més convincent, la resposta és rotunda, la imatge publicada per diari *El País* destaca molt per sobre de les demés. Aquesta és l'única fotografia que mostra el candidat durant el seu discurs en l'acte final. La proximitat del pla i l'expressivitat del protagonista fan que sigui la fotografia que més força transmet. Això connota clarament que les fotografies també són elements ideològics que tenen un efecte sobre qui les percep.

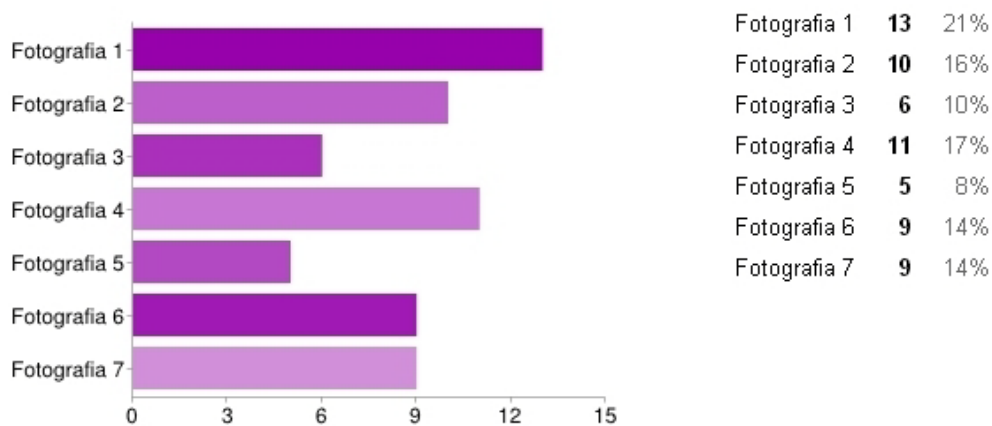
En la darrera pregunta, quina fotografia afavoreix menys el candidat a l'hora d'aconseguir vots, gairebé el cinquanta per cent dels enquestats han determinat que és la fotografia publicada per *El Periódico*. Aquesta mostra a Pere Navarro celebrant el suport dels presents en l'acte tot saltant i aplaudint. La perspectiva distorsionada i el suport llunyà dels demés membres situats en l'escenari, tal com s'ha explicat en l'anàlisi d'aquesta imatge, han estat determinants en l'efecte que ha produït sobre els electors.

10 – A continuació tens les de fotografies publicades de Sánchez Camacho en l'acte final de campanya.

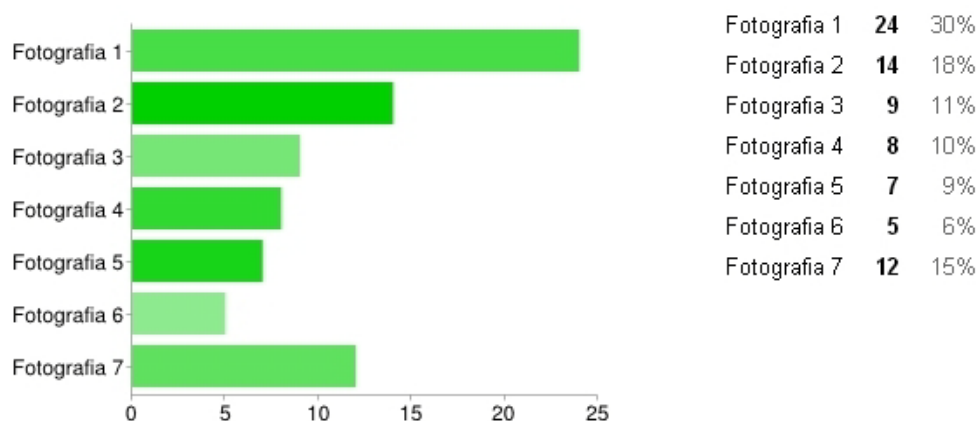


Imatge 69: Recull de les fotografies publicades de Àlicia Sánchez Camacho pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

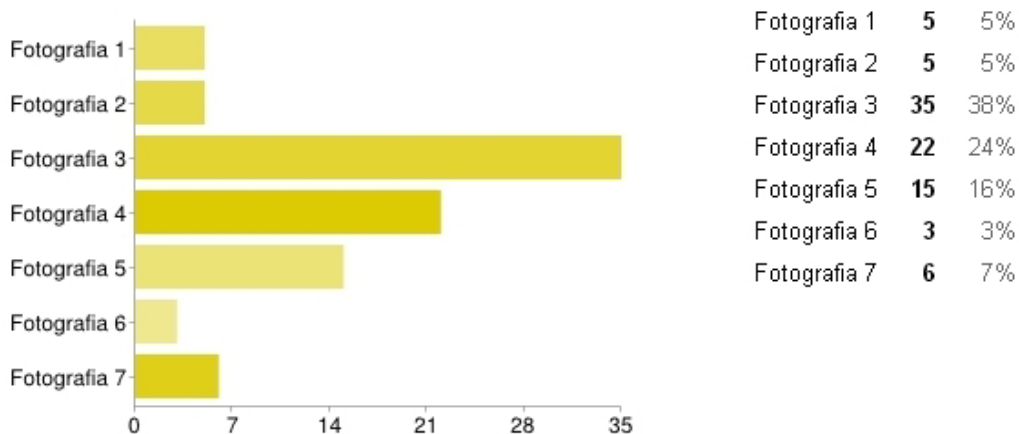
Selecciona la fotografia que et resulti més atractiva visualment.



Selecciona la fotografia on et resulti més convincent.



Selecciona la fotografia que creus que l'afavoreix menys a l'hora d'aconseguir vots.



Les fotografies publicades de l'acte final del Partit Popular Català estan realitzades en el mateix moment del míting. A causa de la similitud entre les imatges, les respostes han estat més diversificades.

La primera pregunta, és el cas més notori. Quan preguntem per la fotografia més atractiva trobem en la major selecció la de *La Vanguardia*, seguida per les fotografies d' *El Punt Avui*, *El Periódico*, *El Mundo* i *l'ABC*. És necessari destacar que la fotografia menys escollida davant d'aquesta pregunta és la que presenta a la candidata en un pla més obert i per tant menys personal.

Quan preguntem per la fotografia més convincent, la diferència entre les respostes s'amplia lleugerament, sent la imatge publicada per *La Vanguardia* la que es considera que transmet una imatge més favorable al partit. Seguint a aquesta trobem les fotografies publicades per *El Periódico* i per *l'ABC*, que com ja hem comentat són la mateixa però la darrera està més retallada. Curiosament el rotatiu que publica una imatge menys convincent d'Alícia Sánchez Camacho és *El Mundo*, diari reconegudament favorable a aquest partit. Per tant, també cal subratllar que les simplificacions no funcionen, i no sempre els diaris més favorables a un partit són els que publiquen la fotografia més adient als interessos d'aquesta formació.

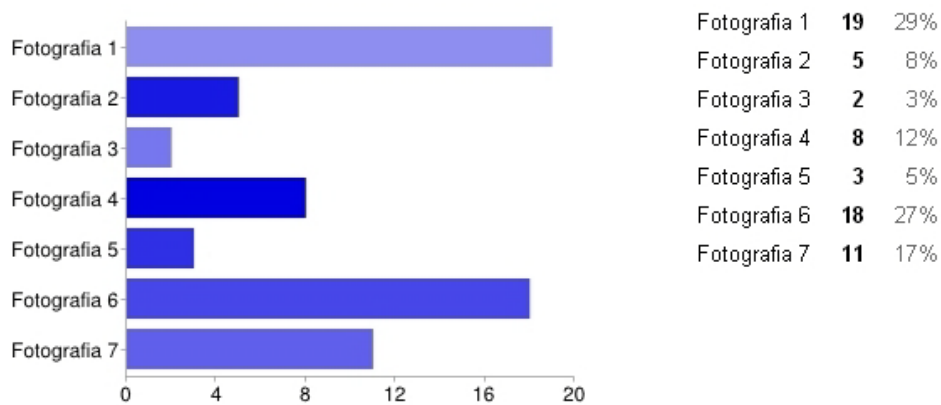
Segons 38% dels enquestats, la fotografia que afavoreix menys al PPC és la publicada pel diari *El País*, que mostra una candidata distreta saludant el públic sense mantenir-ne el contacte visual. Aquest rotatiu ha estat històricament un dels més crítics amb el Partit Popular. El resultat de l'enquesta reforça l'anàlisi que s'ha realitzat d'aquesta imatge en l'apartat corresponent. En aquell cas però, es disposava d'un titular que reforçava la mala projecció de la candidata, cosa que ha deixat palès que la imatge és una part essencial del missatge que es busca transmetre.

11–Aquestes són les de fotografies publicades d'Oriol Junqueras en l'acte final de campanya.

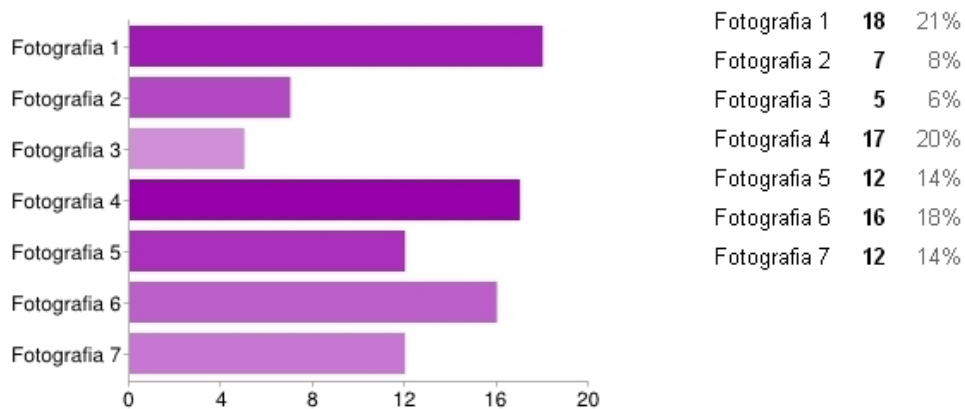


Imatge 70: Recull de les fotografies publicades d'Oriol Junqueras pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
 Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

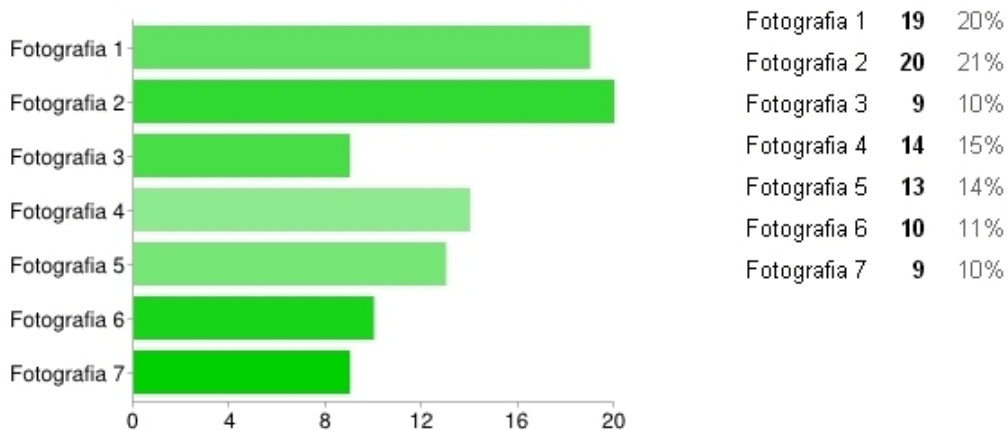
Selecciona la fotografia que et resulti més atractiva visualment.



Selecciona la fotografia on et resulti més convincent.



Selecciona la fotografia que creus que l'afavoreix menys a l'hora d'aconseguir vots.



En les respostes sobre les fotografies publicades d'Oriol Junqueras trobem un fet ben curiós. La imatge publicada per *La Vanguardia* es considerada la més atractiva visualment, la més convincent i tanmateix, la segona que afavoreix menys al partit a l'hora d'aconseguir vots. Aquesta circumstància és de difícil explicació ja que no s'entén que la més convincent sigui la que menys afavoreix al partit. L'únic raonament davant d'aquest fet és que no siguin els mateixos ciutadans els que han votat la fotografia en una i altre pregunta.

La fotografia que es considera més atractiva visualment és junt amb la de *La Vanguardia*, la d' *El Mundo*. Ambdues fotografies tenen un enquadrament similar on es presenta el candidat de semi perfil amb el suport de part de les estelades que l'acompanyaven en el míting. Aquest tipus d'enquadrament és el que més ha fet destacar la notícia del candidat republicà.

Però que cridi l'atenció no significa que sigui la més convincent, i en aquest sentit la fotografia publicada per *El Punt Avui* ha sabut afavorir la repercussió del partit sense projectar-ne una imatge destacada i espectacular.

La fotografia que es considera que afavoreix menys al candidat és la publicada per diari *El Periódico*. Aquesta imatge és molt semblant a la d' *El País*, però amb una major prioritació del protagonista que l'allunya de la imatge de partit. Creiem necessari esmentar que la fotografia publicada per *El Punt Avui*, tot i considerar-se la segona més convincent és situa com la tercera que menys afavoreix al candidat.

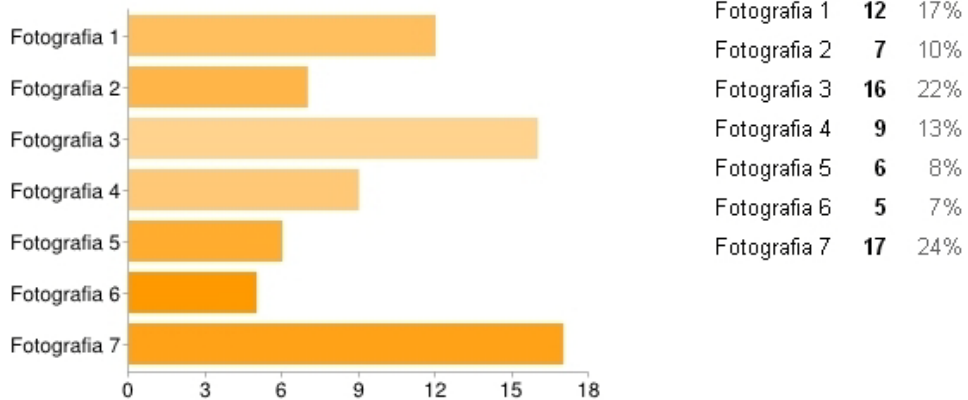
Per tant, podem determinar que en el cas d'aquest candidat existeixen opinions força contraries que es plasmen en un ventall de respostes ben ampli.

12–Aquestes són les de fotografies publicades de Joan Herrera en l'acte final de campanya.

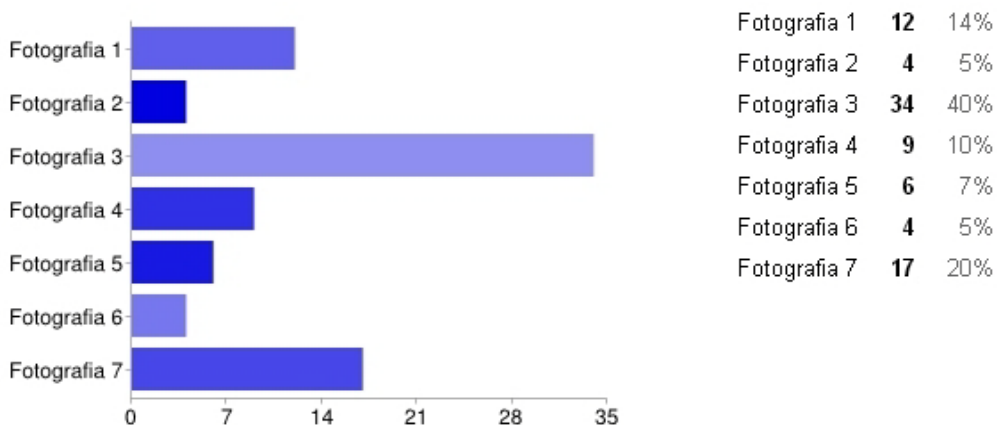


Imatge 71: Recull de les fotografies publicades de Joan Herrera pels diaris seleccionats, 23 de novembre del 2012
Font: Elaboració pròpia a partir d'imatges extretes dels diferents rotatius

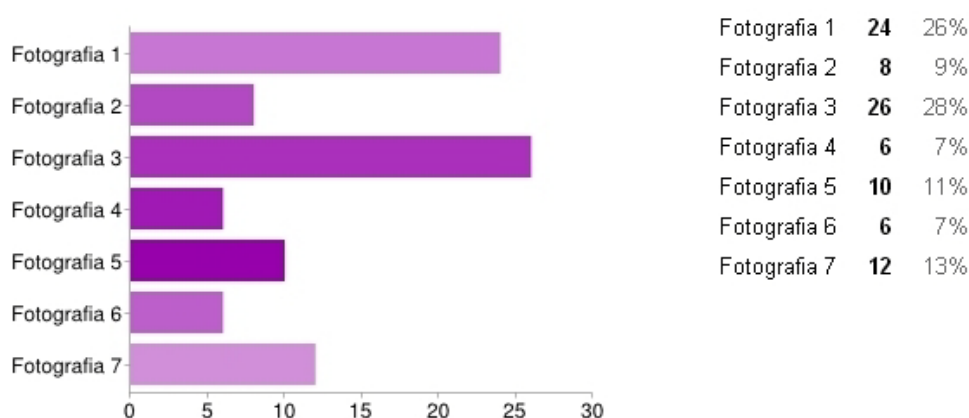
Selecciona la fotografia que et resulti més atractiva visualment.



Selecciona la fotografia on et resulti més convincent.



Selecciona la fotografia que creus que l'afavoreix menys a l'hora d'aconseguir vots.



És important recordar que les fotografies seleccionades de Joan Herrera pertanyen a dos actes clarament diferenciats. Les fotografies publicades de l'acte final que va celebrar el partit són totes del mateix moment, quan protagonistes destacats del partit agraeixen el suport del poble. Pel que fa a les fotografies publicades sobre l'altre acte, una mostra una situació similar i l'altre mostra al candidat ecosocialista en un moment del seu discurs. Cal tenir en compte aquestes diferenciacions per poder entendre els resultats obtinguts en aquesta part de l'enquesta.

Les fotografies que s'han considerat més atractives visualment corresponen a les dues darreres. En el nostre parer aquesta decisió té una explicació molt senzilla, rau en la dominant verda de les imatges a conseqüència del context de l'acte i en la nitidesa en la presentació dels protagonistes.

Les imatges publicades per *El Punt Avui* i per *l'Ara* són les menys destacades segons els enquestats. Cal tenir en compte que també són les que ofereixen una imatge més llunyana del candidat.

Quan preguntem per la fotografia més convincent gairebé un 40% afirma que és la d' *El País*, l'únic rotatiu que publica una imatge del candidat en un moment del seu discurs tot i que no pertany a l'acte de clausura.

Finalment, s'ha considerat que les fotografies que menys afavoreixen al candidat d'ICV són les publicades per *La Vanguardia* i per *El País*. En el primer cas, no és d'estranyar ja que la perspectiva des de la que està realitzada la fotografia no afavoreix a Joan Herrera. Però igual que en el cas anterior trobem que la fotografia que es considera més convincent és també una de les que es creu que menys afavoreix a l'hora d'aconseguir vots. Aquest resultat es pot explicar atenent a l'expressivitat del candidat que tot i mostrar-se convincent en el discurs no desperta empatia davant de l'elector a causa de la seva gesticulació.

➤ **Conclusions de l'enquesta**

Els cartells electorals de CIU i de la CUP són els que més impacte varen ocasionar a la població. Però és el cartell d'ICV el que més va agradar a l'elector.

Més de la meitat dels que han realitzat l'enquesta han afirmat que no varen votar el cartell que més els agradava. Això posa de relleu que tot i la influència en el vot que exerceix el cartell, no és un element decisiu.

Gràcies a aquesta enquesta podem saber que el nacionalisme va tenir una gran influència en la decisió de vot dels electors. I íntimament lligat amb això, més de la meitat dels enquestat va modificar el seu vot respecte a les anteriors eleccions autonòmiques.

Segons les dades obtingudes en aquesta enquesta són els diaris generalistes els que ofereixen les imatges més destacades dels candidats, sobretot *La Vanguardia* i *El País*. També són aquests dos rotatius juntament amb les fotografies publicades per *El Periódico* els que ofereixen una imatge més convincent dels candidats.

Els tres rotatius que acabem d'esmentar, junt amb el diari *ABC*, són els que publiquen les imatges que segons els enquestat resulten menys favorables a promoure el vot de la formació pertinent.

Gràcies a aquesta enquesta hem pogut comprovar algunes de les hipòtesis que s'han establert al llarg d'aquest estudi. Ens ha permès conèixer, des de la visió de l'elector, la interpretació de la imatge que varen projectar els partits polítics a través dels seus cartell electorals. Hem comprovat que davant d'un mateix acte la realització i elecció d'una o altre fotografia influencia en la projecció que se'n fa del succés. Els mitjans influencien en la percepció que els electors tenen dels diferents candidats. I la influència que exerceixen ve determinada pels seus interessos. Hem comprovat que tot i que les fotografies són elements ideològics que s'utilitzen per tenir una conseqüència en el receptor, a la vegada no valen els prejudicis i simplificacions en aquest sentit. A grans trets, però, els diaris beneficien o perjudiquen candidats tot utilitzant fotografies segons els seus propis interessos. Però gràcies a aquesta part de l'estudi també hem pogut comprovar la visió crítica del ciutadà, que malgrat el bombardeig d'informació i la influència que busca exercir ha demostrat saber veure allò que explica una fotografia tot posant l'atenció en els elements que la conformen.

CONCLUSIONS

CONCLUSIONS

Aquesta investigació es va plantejar amb l'objectiu d'estudiar el poder de la imatge en una campanya electoral.

➤ **Context**

En el context de la Catalunya del 2012 el país es trobava immers en una profunda crisi econòmica i social. Multituds de manifestacions sortien al carrer setmana rere setmana per reivindicar-se contra les profundes retallades, l'augment de l'atur i el desmantellament de l'estat del benestar. Un sentiment tan arrelat a la societat catalana com és el nacionalisme havia pres força en aquest context reforçat pels intents des del Govern central de recentralitzar l'Estat. La societat catalana, ja habituada a les reivindicacions de l'època, decidí sortir al carrer el dia de la Diada Nacional de Catalunya per fer palesa la seva oposició al comportament i a les actituds del Govern del PP. La manifestació es convertí en la més multitudinària de la història en defensa d'autodeterminació de Catalunya. I en aquest context crisi i de reivindicació sobiranista es convocaren unes eleccions on el debat central fou el dret el decidir.

➤ **Partits polítics**

Entre els partits electorals que participaren en les eleccions es troben els que històricament han tingut més força a Catalunya (CIU, PSC, PPC, ERC, ICV), però també d'altres més petits amb una entrada més recent en el Parlament (SI, C's), i finalment el que no tenia presència en l'anterior legislatura però que a partir d'aquestes eleccions pren un paper en la política catalana (CUP).

En aquest context el dret a decidir, la relació entre Catalunya i Espanya i les mesures contra la crisi reunien en debat central d'aquestes eleccions. I cada partit havia de prendre una posició clara davant de cada una d'aquestes temàtiques.

La imatge, objecte d'estudi d'aquesta investigació, seria la plasmació simplificada en forma de cartell electoral d'aquests objectius. Aquest busca transmetre una idea concreta ja sigui la presentació del candidat o la postura ideològica. L'agressivitat en la imatge ve determinada per la intencionalitat del partit.

El grup parlamentari de CIU buscà representar els que s'havien pronunciat l'onze de setembre apoderant-se del lideratge de la causa independentista. Realitzaren un cartell ambiciós i agressiu on es posicionaren com la força guanyadora, cosa que produí un efecte invers en forma de rebuig.

El PSC, encara descol·locat per la trompada dels resultats de les anteriors eleccions, intentà promoure el federalisme com l'alternativa a l'extremisme dels nacionalismes català i espanyol. La posició poc destacada

en el debat principal s'intentà compensar amb un cartell agressiu i destacat que buscava donar a conèixer el seu candidat.

El PPC comptava amb una posició molt marcada que s'oposava a l'independentisme català, i es mostrava com la principal força opositora a aquesta ideologia. El cartell electoral que varen realitzar reflectia el seu convenciment en aquesta qüestió sense buscar l'originalitat ni l'atractiu.

La formació política d'ERC sempre ha defensat l'autodeterminació de Catalunya i tot i que en aquestes eleccions CIU busca posicionar-se com el líder d'aquest sentiment, aquest partit opta per retornar als seus orígens a través d'un cartell tradicional que busca reflectir la prioritat històrica de la formació.

ICV sempre ha estat un gran defensor dels drets socials i en aquest context de crisi busca mostrar la cara afable de la política que es preocupa pels drets dels ciutadans a través d'un cartell original que cerca l'empatia de l'elector.

SI és un ferm defensor de la independència de Catalunya que busca establir l'autodeterminació amb permís o sense del Govern central. La força d'altres formacions que defensen aquesta causa complica la repercussió d'aquest partit. Amb una proposta atrevida, aquesta formació realitza un cartell electoral molt simple que té per objectiu presentar al candidat.

El partit de C's sempre s'ha mostrat contrari al nacionalisme català. Igual que el PPC defensa la unitat d'Espanya i aquest és el seu principal rival en aquesta campanya. Tot i que en les darreres eleccions havia realitzat un cartell destacat i atrevit, en aquesta ocasió aposta per un format molt clàssic que busca transmetre la seva línia política i la seva honestedat com a partit.

El grup parlamentari de la CUP es presenta per primera vegada en unes eleccions autonòmiques. Defensors dels drets socials i contraris a les polítiques capitalistes defensen la independència de Catalunya i una renovació del sistema polític i econòmic. Aquest partit realitza un cartell que busca mostrar la seva diferenciació, una política realitzada a través de la democràcia directa.

Gràcies a les enquestes que hem realitzat sabem que els cartells de CIU, la CUP i ICV són els que més impacte varen ocasionar. I que el nacionalisme va exercir una gran influència en la decisió del vot dels electors.

Els partits estudien i mesuren cada paraula que pronuncia el seu candidat i el to en el que s'expressa. Corregixen i treballen l'expressivitat facial i corporal, i mesuren cada un dels elements que participen en la comunicació, i per tant, en com transmet el missatge el partit.

➤ **Mitjans de comunicació**

En el cartell electoral el control és absolut, es treballa la postura del candidat, l'entorn i la col·locació dels missatges, es transmet exactament el que es busca transmetre. Però al llarg d'una campanya electoral la major projecció dels actes i dels missatges es transmet a través dels mitjans de comunicació. Els partits s'esforcen per difondre una imatge molt concreta però els mitjans de comunicació són els que manipulen aquests fets i informacions per fer-ne la seva pròpia projecció atenent als seus interessos i als dels seus lectors. I el tracte que desenvolupen exerceix una influència en l'elector.

Per tal de focalitzar més el nostre estudi ens hem centrat en l'actuació dels principals diaris que es llegeixen a Catalunya. Hem desgranat els enfocaments subjectius a l'hora de realitzar les portades i en escollir les imatges que publiquen de cada candidat.

La ideologia i visió dels mitjans defineixen els objectius d'aquests, que jugant amb la intencionalitat busquen influenciar en la decisió de vot dels electors. Les portades i les notícies es realitzen des del punt de vista del mitjà i dels seus lectors. Sent així, en les fotografies publicades de cada candidat també s'aprecia una intencionalitat del diari que busca promoure el vot cap a uns o altres.

En les portades analitzades en aquesta investigació hem pogut apreciar la gran influència que exerceix la seva ideologia política i la seva posició sobre el dret a decidir.

La Vanguardia és el diari més llegit a Catalunya i és, reconegudament, de tendència convergent. Aquest rotatiu destaca el candidat de CIU quan parla de les eleccions, i tot i que no fa una aposta clara per l'independentisme, es mostra clarament partidari dels partits catalanistes.

El Periódico de Catalunya és més crític amb l'actuació del Govern central i autonòmic. I transmet un major equilibri davant dels diferents candidats. El rotatiu opta per oferir un enfocament de la campanya molt diferenciat dels altres diaris, on prioritza un projecte propi que busca donar una altre perspectiva a la campanya.

El diari *El País*, d'àmbit espanyol, sempre ha emprat un disseny de la portada molt rígid on es presenten diverses notícies i manquen les imatges. Tot i tractar-se d'un diari d'àmbit estatal va donar un gran protagonisme a la campanya catalana. Aquest rotatiu també fa una prioritjació del candidat convergent i en les dues portades analitzades emprà el terme "sobiranisme", expressió que reflexa la preocupació del rotatiu per aquesta tendència no desitjada.

El Punt Avui és un diari de tendència clarament progressista i independentista. Aquesta ideologia es transmet de manera destacada en forma de portades creatives i partidistes. En aquest rotatiu s'aprecia un clar propòsit d'oferir al seu lector les notícies des de la perspectiva que li interessa.

El diari *Ara* té un lector molt definit i en base a aquest és dona l'enfocament a les notícies. Aquest rotatiu destaca per les seves portades vistoses on es juga amb el disseny i el color. L'*Ara* ofereix una visió de la campanya que promou el vot dels partits d'esquerres i nacionalistes.

El Mundo va jugar un paper decisiu en aquesta campanya electoral amb la publicació d'un cas de corrupció que afectava a CIU i concretament, al seu candidat, Artur Mas. A banda d'això, aquest rotatiu fa una cobertura de la campanya totalment focalitzada en el candidat convergent. El seu propòsit és oferir una mala imatge d'aquells que promouen l'emancipació de Catalunya, titllant-los de radicals.

L'*ABC* també mostra una clara prioritització de l'expresident Artur Mas. I també ho fa des d'una visió crítica. Es capfica en retratar un Mas debilitat per tal de promoure el vot contrari. El seu objectiu és compensar la projecció de l'independentisme, tot difonent una mala imatge dels catalans per tot l'Estat.

Els diaris espanyols *El Mundo* i *l'ABC* són els que fan un menor seguiment de la campanya electoral, però tanmateix ho fan amb un to més crític.

En l'anàlisi de les portades només hem pogut observar fotografies de grup o bé del candidat convergent. Així que hem cregut oportú buscar quines imatges es van publicar de cada un dels candidats, per així entendre la projecció que en fa cada rotatiu.

Artur Mas i Alicia Sánchez Camacho són els més ben tractats pels mitjans, ja que es projecten com uns candidats forts, amb ideals clars i molt suport.

Pere Navarro, Oriol Junqueras i Joan Herrera, es presenten en situacions més diverses on s'aprecia amb més claredat els propòsits de cada mitjà. Es deixa de banda la imatge de poder reflectida en els dos primers per donar pas a imatges, en ocasions més creatives, que en la majoria de casos no afavoreixen els candidats.

Les fotografies publicades d'Albert Rivera corresponen a actes diferents, però en la majoria dels casos es mostra una imatge favorable on se'l situa en un moment del seu discurs.

Pel que fa als dos candidats restants, Alfons López Tena i David Fernández, tenen una presència mínima en la premsa escrita durant la campanya electoral. Això reforça la idea de que els mitjans generalistes afavoreixen i prioritzen els partits majoritaris, realitzant un seguiment menor dels partits menys populars.

Aquest estudi ens ha permès conèixer els principals elements visuals que participen en l'acte comunicatiu durant una campanya electoral. Hem pogut analitzar el missatge que s'emet, com el fa variar el mitjà a través del qual es transmet i com el rep i l'interpreta el receptor.

S'ha comprovat que d'un mateix fet se'n poder retratar diferents versions.

S'ha investigat la influència dels mitjans en la transmissió dels missatges dels candidats.

I ja per concloure, hem après el que s'amaga, a nivell d'imatge, rere una campanya electoral, la del 25 de novembre del 2012.

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA

- ARMENTIA, José Ignacio i CAMINOS, José María, *Redacción informativa en prensa*. Barcelona: Ed. Ariel, S.A., 2009.
- CARBONELL, Eudald i BELLMUNT, Cinta S., *El catalanisme evolutiu*. Badalona: Ara Llibres, 2011.
- CRUZ SEOANE, María i SUEIRO, Susana, *Una historia de EL PAIS y del Grupo Prisa. De una aventura incierta a una gran industria cultural*. Barcelona: Ed. Plaza Janés, 2004.
- HELLER, Eva, *Psicología del color*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, SL., 2004, Ed. Original: Droemer Múnich, 2000.
- JOSEP M. HUERTAS, Josep M., *Una història de 'La Vanguardia'*. Barcelona: Ed. Angle Editorial, 2006.
- KENT, Sarah, *Composición*. Barcelona: Ed. Naturart, S.A., 1995, Ed. Original: Dorling Kindersley Limited, Londres, 1995.
- LAKOFF, George, *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Ed. Computense, S.A., 2007, Ed. Original: Chelsea Green Publishing, 2004.

Webgrafia

WEBGRAFIA

www.20minutos.es

www.324.cat

www.abc.es

www.albertrivera.info

www.ara.cat

www.arames.ara.cat

www.arturmas.cat

www.bbc.co.uk

www.ceo.gencat.cat

www.cis.es

www.ciu.cat

www.ciudadanos-cs.org

www.colectivoioe.org

www.cuentayrazon.org

www.cup.cat

www.democraciarealya.es

www.diaridegirona.cat

www.domini.cat

www.elecciones25n.com

www.elmundo.es

www.elpais.com

www.elperiodico.com

www.elpuntavui.cat

www.esquerra.cat

www.fundacc.org

www.grupogodo.com

www.grupozeta.es

www.historiaelectoral.com

www.icv-euia.cat

www.iniciativa.cat

www.joanherrera.cat

www.junqueras.cat

www.lavanguardia.com

www.mejorunidos.cat

www.municipisindependencia.cat

www.novullpagar.cat

www.portalcomunicacio.com

www.pensacam.wordpress.com

www.pp.es

www.ppcatalunya.com

www.prisa.com

www.publico.es

www.socialistes.cat

www.solidaritatcatalana.cat

www.thefreedictionary.com

www.tv3.cat

www.unidadeditorial.com

www.vilaweb.cat

www.vocento.com

www.youtube.com

Altres webs consultades:

www.aimc.es

www.albertmedran.com

www.albertodevega.es

www.cadenaser.com

www.carlescampuzano.cat

www.catalunyapress.cat

www.elconfidencial.com

www.elperiodicodearagon.com

www.encyclopedia.cat

www.gutierrez-rubi.es

www.introl.es

www.kiosko.net

www.parlament2012.cat

www.paucanaleta.com

www.pinterest.com

www.publico.es

www.rtve.es

www.twitter.com

www.ves.cat

Qui guia el nostre vot?

La influència i el poder de la imatge en les eleccions catalanes del 2012

Irene Muñoz López

Universitat de Girona

Setembre 2012