

El ‘vacío discursivo’ sobre la independencia. Un análisis del mensaje periodístico durante las elecciones catalanas de 2006 y 2010

Arantxa Capdevila (arantxa.capdevila@urv.cat). Universitat Rovira i Virgili, Tarragona

Enric Castelló (enric.castello@urv.cat). Universitat Rovira i Virgili, Tarragona

Resumen

Esta ponencia presenta los primeros resultados de una investigación que tiene como objetivo prioritario detectar los diferentes discursos sobre la independencia presentes en la prensa de referencia en Cataluña durante las campañas de las elecciones al Parlamento catalán de 2006 y de 2010. La principal hipótesis del trabajo es que el tema de la independencia ha tenido una presencia y un tratamiento mediático muy diferenciado en 2006 y en 2010 en relación a la existencia que este tema tenía en la agenda política y ciudadana. La metodología usada en este trabajo es doble, por un lado se cuantifica la aparición del término independencia y, por otro, se realiza un análisis argumentativo y retórico aplicado a todas las piezas periodísticas publicadas en cuatro diarios: *El Mundo*, *El País*, *Avui* y *La Vanguardia*. Del estudio se desprende que el tema de la independencia no centró la campaña de 2006, mientras que tuvo una mayor repercusión en términos cuantitativos en la de 2010. Aún así, el análisis cualitativo indica que la presencia de la temática continua siendo muy superficial y banalizada, lo que denominamos “vacío discursivo”.

Palabras clave

Independencia, *agenda setting*, argumentación, discurso, prensa.

Nota biográfica de los/as autores/es

Arantxa Capdevila es doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona). En la actualidad es profesora agregada en la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. Su área de investigación y publicación está relacionada con la comunicación política, la teoría de la imagen y la retórica.

Enric Castelló es profesor del Departamento de Estudios de Comunicación de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona. Es doctor por la Universidad Autónoma de Barcelona y su área principal de investigación se centra en el estudio de los discursos mediáticos, el conflicto político y la ideología. Es editor de la *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*.

[Cita sugerida: Capdevila, Arantxa and Enric Castelló (2011) “El ‘vacío discursivo’ sobre la independencia. Un análisis del mensaje periodístico durante las elecciones catalanas de 2006 y 2010”. Ponencia presentada en el X Congreso AECPA. ‘La política en la red’. Universidad de Murcia: Murcia]

El ‘vacío discursivo’ sobre la independencia. Un análisis del mensaje periodístico durante las elecciones catalanas de 2006 y 2010

Arantxa Capdevila y Enric Castelló

Universitat Rovira i Virgili

Introducción *

La formación del primer gobierno tripartito en Cataluña en diciembre de 2003 supuso el inicio del proceso de reforma del *Estatut* catalán que ocupó buena parte del debate político de la legislatura 2003-2006 y que culminó con la aprobación de un nuevo texto estatutario mediante un referéndum y con el recurso a este texto ante el Tribunal Constitucional (por parte del Partido Popular, del Defensor del Pueblo y de los Gobiernos autonómicos de Aragón y de Valencia). A la campaña electoral de 2006 se llegó con la sensación de que el debate sobre cuestiones identitarias se había agotado durante la legislatura y de que los ciudadanos estaban “cansados” de esta temática. La situación durante la legislatura 2006-2010 varió completamente a raíz de la sentencia sobre el *Estatut* (junio de 2010), que causó un gran malestar en Cataluña y que estuvo en la base –aunque no pueda considerarse como única causa– de un amplio movimiento social y político en relación al tema de la independencia. En concreto, se asistió a la irrupción en el panorama político de nuevas fuerzas con ideario independentista, se reimpulsaron las consultas populares iniciadas en 2009 y que hasta la fecha ya se han realizado en 500 municipios, y se organizó una masiva manifestación seguida por centenares de miles de personas en Barcelona.

La variación del apoyo de la población catalana a la independencia se ha constatado en diversas oleadas de encuestas durante los últimos años. La más reciente –la contribución está escrita en julio de 2011– ha sido realizada por el Centro de Estudios de Opinión de la Generalitat de Catalunya (CEO) y apunta que un 43% de los catalanes votaría a favor de la independencia mientras que un 75% está de acuerdo en recaudar y gestionar impuestos de forma autónoma. Estos datos deben ser expuestos con cautela, puesto que tan sólo un 25,5% de los catalanes se autodefinieron como “independentistas”, un 33% dijo ser “federalistas” y un 31,8% se apuntó sentirse “autonomista”. De estos datos se desprende que la opción por la independencia parece calar no

* Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “La construcción mediática de los conflictos políticos y territoriales en España. Estudio de los discursos y narrativas”, CSO-2010-20047”, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

sólo en los autodenominados “independentistas”, sino también en partes de la población “federalista”.¹

Las diversas oleadas de estudios de opinión han ido registrando un aumento de los que apoyan la independencia de Cataluña. Entre el primer barómetro de opinión del CEO, en marzo de 2006, y el realizado en abril de 2010 –espacio de tiempo que integra dos campañas electorales estudiadas en este artículo–, los ciudadanos catalanes que pensaban que Cataluña debería ser un Estado independiente pasaron del 13,9% al 21,9%. Los datos indican que tras la victoria del partido nacionalista Convergència i Unió en 2010, el cual proponía un pacto fiscal similar a Euskadi para Cataluña en su programa, el independentismo sigue creciendo.

Periodistas y analistas políticos han indicado que la opción independentista se ha desplazado hacia el centro político en Cataluña y lo que hace unos años era considerado un proyecto del “radicalismo”, hoy es una opción transversal que tiene cabida en partidos de diversa índole como pueden ser Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), Iniciativa per Catalunya-Verds (IC-V), pero también Convergència i Unió (CiU) y Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC). En este sentido, la legislatura correspondiente al segundo tripartito (2006-2010) deviene un periodo político fundamental para entender el crecimiento independentista. No en vano, a las elecciones de 2010 se presentaron dos nuevas formaciones cuyo programa incluía claramente el independentismo como fueron Reagrupament.cat (escisión de ERC) y Solidaritat Catalana per la Independència (SI), este último obtuvo tres diputados en el parlamento catalán.

Los medios de comunicación han respondido de forma diferente a esta reforzada sensibilidad. Teniendo en cuenta que las opiniones son siempre de quienes las firman, los diarios en general se han constituido en plataformas de distribución y redistribución de discursos entorno a la independencia, además de ofrecer una información en la que se intuye un tratamiento in crescendo de la temática. Cabe destacar el editorial conjunto de los periódicos catalanes en 2009 *La dignidad de Cataluña*, que se mostraba contrario al fallo que el Tribunal Constitucional aún tenía que publicar.² En Cataluña, ha habido otros movimientos destacables en la prensa catalana, como la aparición del periódico *Ara*, con una línea editorial sensible al independentismo, o las publicaciones de las versiones en catalán de *Público* (2010) y *La Vanguardia* (2011).

Así, el principal objetivo de esa comunicación es dilucidar cómo la prensa de referencia recoge el tema de la independencia durante las campañas electorales al *Parlament de Catalunya* de 2006 y de 2010. Para llevar a cabo este objetivo se aplican dos estrategias analíticas complementarias. Por un lado, cuantificar la evolución de la cuestión independentista catalana en la prensa durante estos periodos electorales. Por otro, evaluar las diferencias de tratamiento a lo largo de la campaña en cuatro periódicos (*El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *Avui*). En este sentido, se presentan los resultados

¹ Fuente: <http://ceo.gencat.cat/ceop/>. Consultado el 11 de julio de 2011.

² El editorial se puede leer en la web de La Vanguardia.es: <http://www.lavanguardia.com/politica/noticias/20091126/53831123016/la-dignidad-de-catalunya.html>, consultado el 11 de julio de 2011.

cuantitativos sobre la presencia del tema, y posteriormente, se complementa con un estudio más cualitativo en relación a los esquemas argumentativos contenidos en dicho tratamiento. El principal objetivo por tanto de este trabajo es el de evaluar cómo evoluciona el tratamiento del independentismo catalán en la prensa tanto en lo que se refiere a su presencia/ausencia como el lo que tiene que ver con la construcción de una imagen pública sobre este tema.

Marco teórico

Está asumido en la literatura científica sobre comunicación política que las campañas electorales son momentos comunicativamente clave en los que los medios de comunicación introducen en la arena pública tanto los temas de debate (hipótesis de la *agenda setting*) como una determinada imagen o visión sobre ellos (construcción social de la realidad por parte de los medios). Ambas acciones tienen repercusiones sobre las actitudes políticas de los ciudadanos y, por lo tanto, la acción de los medios en campaña puede considerarse persuasiva en el sentido clásico del término.

Desde el punto de vista de la retórica clásica, la persuasión se define como el proceso comunicativo que tiene como objetivo conseguir que los receptores acepten la posición que el emisor plantea sobre una determinada cuestión y que, tras ello, actúen en consecuencia. Cuando nos referimos a los discursos mediáticos, esto se concreta en una doble necesidad estratégica: por un lado, es necesario la construcción de imágenes positivas o negativas sobre aquello que se pone en discusión —es decir hay que generar mundos posibles textuales, en este caso, sobre la independencia— y, por otro, es necesario dotar a estas imágenes de una validez a través de procedimientos argumentativos. Por lo tanto, puede decirse que las estrategias persuasivas discursivas pasan por el modo en que se configuran los mundos posibles³ —qué tipos de mundos se construyen, qué elementos los pueblan, etcétera—; en cómo estos se relacionan entre sí para adquirir la validez suficiente para que sean aceptados por el público al que se dirigen⁴ y cómo estos emergen a la superficie textual a través de metáforas

Para crear imágenes de la realidad a través de los discursos, es decir para generar *mundos posibles* hay que extraer de la realidad aquellos elementos que facilitan la configuración de lo que se quiere expresar. Así, los medios de comunicación en sus discursos sobre la independencia localizan las ideas que sean más persuasivas con relación al público modelo al que dirige su discurso. Es en este contexto en donde se sitúan los *acuerdos generales* propuestos por Perelman (1970; 1994) que dotan al orador de una amplia gama de recursos argumentativos a los que debe dar validez a través de *procedimientos argumentativos*.

³ El concepto de mundo posible adaptado al modelo de de la retórica clásica puede verse en CAPDEVILA, A.: *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Barcelona: Aldea Global, 2004.

⁴ La construcción estratégica de una determinada visión de la realidad forma parte del núcleo profundo del discurso audiovisual. La transmisión de estas ideas se realiza a través de otros niveles textuales que en esta investigación no se tienen en cuenta.

Según este autor, los *acuerdos generales* tienen diferente fuerza persuasiva según se basen en la realidad compartida por los participantes de la comunicación o en las preferencias de estos. En cada una de estas categorías se establecen diferentes tipos que generan mayor o menor acuerdo entre el auditorio. Según Perelman, a más acuerdo, mayor fuerza persuasiva y esto hace que elegir uno u otro acuerdo sea básico para la persuasión final del discurso. Así, entre los *acuerdos generales basados en la realidad* se encuentran *hechos, verdades y presunciones*. Entre los *acuerdos basados en las preferencias, valores, jerarquías y lugares comunes*.⁵

Perelman define los *hechos* como acuerdos no controvertidos que el auditorio acepta de manera clara, sin discusión. Las *verdades* se definen como sistemas de hechos de alcance más general y más complejos porque ponen en relación un determinado número de acontecimientos. Por último, las *presunciones* están ligadas a la experiencia y al sentido común y sirven de guía para situar nuevas coyunturas. En relación al tema de la independencia, la utilización de este tipo de acuerdos generales remite a una argumentación pragmática que relaciona la independencia con cuestiones de tipo económico. En lo referente a los *acuerdos basados en las preferencias* del auditorio destacan los *valores*. Estos son definidos como opiniones generalizadas consensuadas. Hay dos tipos de *valores*: los *generales*, que son abstractos y basados en unas reglas aceptadas por todos en cualquier circunstancia (por ejemplo, la justicia, la libertad, la verdad). Se trata instrumentos de persuasión muy útiles ya que pueden precisarse de muchas maneras según la ideología de quien los defiende. En este caso, se trataría de una argumentación de carácter más abstracto y simbólico

Como se ha dicho, el segundo puntal básico de las estructuras argumentativas del núcleo profundo son los *procedimientos* de la argumentación, encargados de la transmisión de validez entre el punto de partida consensuado y las nuevas conclusiones aún no acordadas con el auditorio. En esta parte se realizan las operaciones cuasi lógicas que provocan las modificaciones en el pensamiento del auditorio. Perelman define dos tipos de *procedimientos*: de *enlace* y de *disociación*.

Los *procedimientos de enlace* toman su fuerza persuasiva de su similitud con métodos de razonamiento incuestionables –fórmulas lógicas y matemáticas–. Son esquemas argumentativos a través de los cuales se construye una interpretación del mundo porque establecen uniones entre elementos diversos y dispersos (Pujante, 2003: 164).⁶

Los *procedimientos de disociación* son técnicas de ruptura entre elementos que se consideran como parte de una unidad. Entre ellos destaca el *binomio filosófico*. El binomio lleva a relacionar dos conceptos de nuestra cultura (por ejemplo, bueno/malo, real/posible). A cada una de las partes del binomio se le

⁵ En la explicación de todas estas categorías se sigue: PERELMAN, Ch.; OLBRECHTS-TYTECA, L.: *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos, 1994 y PERICOT, J.; CAPDEVILA, A.: “La *Cataluña posible* en la propaganda electoral televisiva. Elecciones al Parlamento de Cataluña 1992-1999. En SAMPEDRO, V. (de.): *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria-Academia, 2003. Páginas, 125-147.

⁶ PUJANTE, D.: *Manual de retórica*. Madrid: Castalia, 2003

otorga un valor positivo o negativo y el auditorio se adhiere a uno o a otro según cómo lo presente el orador.

Puede decirse que el mundo posible –esto es, la imagen de la independencia que cada medio transmite en sus piezas periodísticas– y su validación argumentativa se expresa textualmente de maneras muy diversas. Desde el punto de vista retórico y argumentativo, una de las principales estructuras de expresión de sentido es la metáfora. La metáfora establece una operación de asociación entre dos conceptos que pueden tener algún punto en común.

Metodología

Para analizar la prensa hemos usado un análisis cuantitativo del contenido combinado con uno más cualitativo del discurso. Los resultados nos permitirán, en una segunda fase del estudio aún por realizar, aplicar el análisis de marcos interpretativos (*frame analysis*) sobre cómo han aparecido las temáticas y referencias a la independencia. Siguiendo algunas de las coordenadas apuntadas por Riffe, Lacy y Fico (2008)⁷ definimos nuestra unidad de análisis como la pieza periodística, por lo que la podemos considerar una unidad física en tanto que está definida por la delimitación de su título y cuerpo. Se incluyeron aquí tanto informaciones como opiniones. Para obtener datos más certeros en relación al tamaño de las unidades realizamos una categorización de espacios que ofrece puntuaciones en la siguiente relación: 1 página (5 puntos); ½ página (4 puntos), 2 columnas (3 puntos), 1 columna (2 puntos), breve (1 punto).

La ficha de análisis también incluyo la fecha, la página y otros datos para explotar más adelante de tipo cualitativo como metáforas, conceptos claves, marco interpretativo, marco valorativo y dimensión del marco. En esta primera fase del estudio hemos obtenido los resultados cuantitativos relativos a la presencia y a los usos lingüísticos, mientras que queda pendiente un análisis de los marcos interpretativos.

Se seleccionaron todos los contenidos publicados en cuatro diarios entre el día de las elecciones (d) y 16 días posteriores (d-16). Las publicaciones seleccionadas fueron *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *Avui*, con lo que nos aseguramos una comparativa entre diarios españoles publicados en Madrid (los dos primeros) y diarios catalanes con base en Barcelona (los dos últimos). La muestra también ofrece potencialidades comparativas en relación a las líneas editoriales de los periódicos.

En lo que se refiere al análisis cualitativo, se han aplicado básicamente dos categorías: el núcleo argumentativo sobre la independencia y su expresión mediante metáforas en aquellas piezas en las que se desarrolla de manera más específica esta temática. Así, se extraen los diferentes mundos posibles sobre la independencia de Cataluña (por lo tanto, hechos, valores y verdades), su fundamentación argumentativa (con los procedimientos argumentativos que les dan valor) y las metáforas mediante las cuales se expresan.

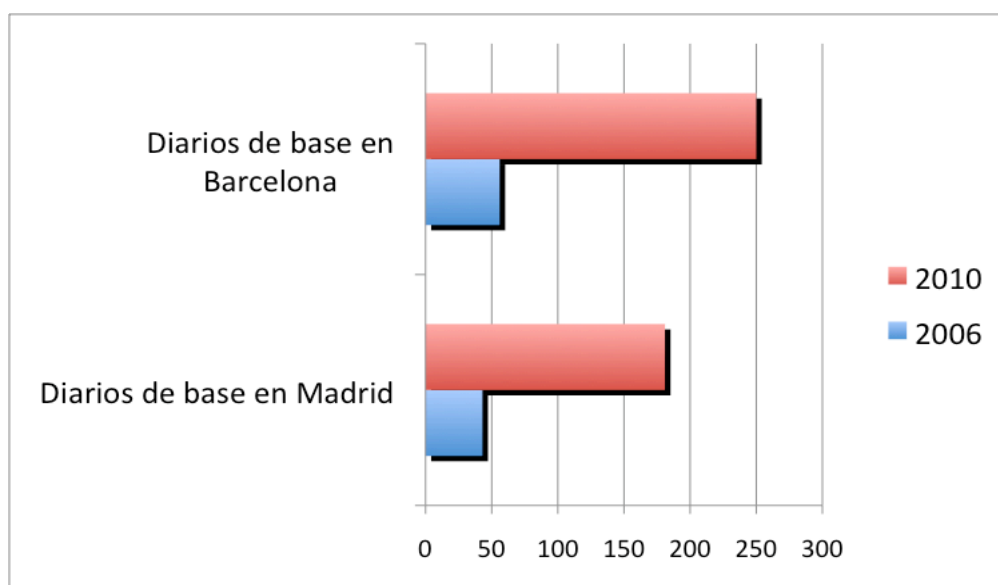
⁷ RIFFE, Daniel; LACY, Stephen. y FICO, Frederick: *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*. New York: Routledge, 2008.

Resultados

Análisis cuantitativo

La muestra ofreció un total de 530 piezas. El análisis llevado a cabo indica que la temática sobre la independencia creció considerablemente en 2010 (431 piezas) respecto a 2006 (99 piezas). Cuantitativamente, podemos afirmar que se habló cuatro veces más sobre esta temática en la campaña electoral de 2010. Si observamos los datos de la tabla 1 también podemos apreciar que los periódicos catalanes (*La Vanguardia* y *Avui*) tratan el tema más intensamente que los españoles (*El País* y *El Mundo*). Si bien la diferencia de tratamiento entre los diarios españoles y catalanes en 2006 fue casi inapreciable, en 2010, este distanciamiento se agranda. Una de las razones que puede explicar este hecho es que los diarios catalanes profundizaron más en el debate de las propuestas, a la vez que dieron más espacio a las nuevas fuerzas independentistas que se presentaron a las elecciones. En este sentido, podríamos afirmar que la prensa catalana fue más activa en el tratamiento del independentismo.

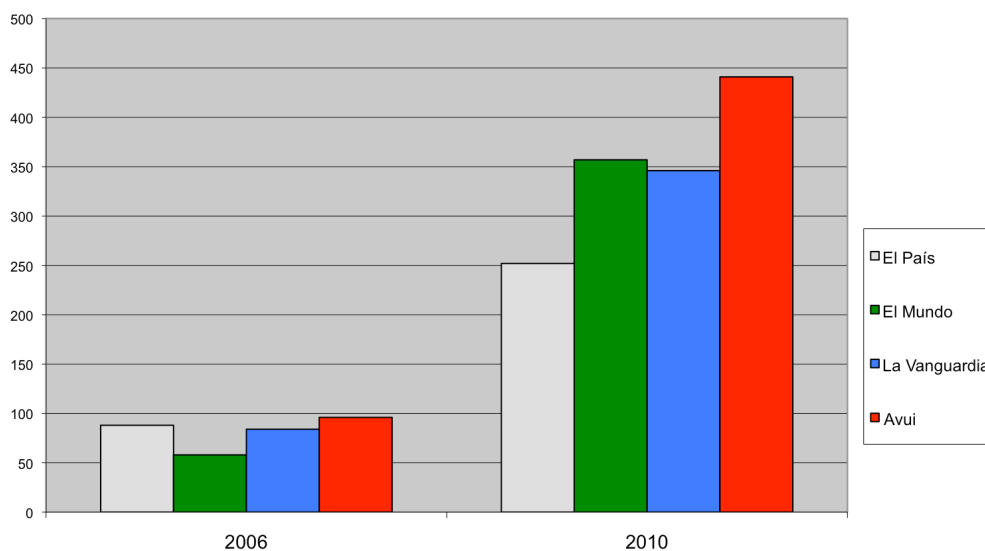
Figura 1. Presencia del tema de la independencia en las elecciones (2006-2010)



Fuente: Autores

No sólo se cuadruplicaron el número de piezas con contenido explícito relativo al independentismo, sino que en términos de espacio, estas piezas también ocuparon tamaños relevantes. Si bien *El País* triplicó los espacios que contenían esta temática, en el caso de *El Mundo*, se sextuplicó dicha puntuación, tal y como expresa la figura 2, siendo este el caso donde más crecimiento de la temática se experimentó entre las dos contiendas electorales. *El Mundo*, en términos de espacio, superó incluso a *La Vanguardia* en el tratamiento del independentismo, elemento muy destacable y que más tarde analizaremos más cualitativamente.

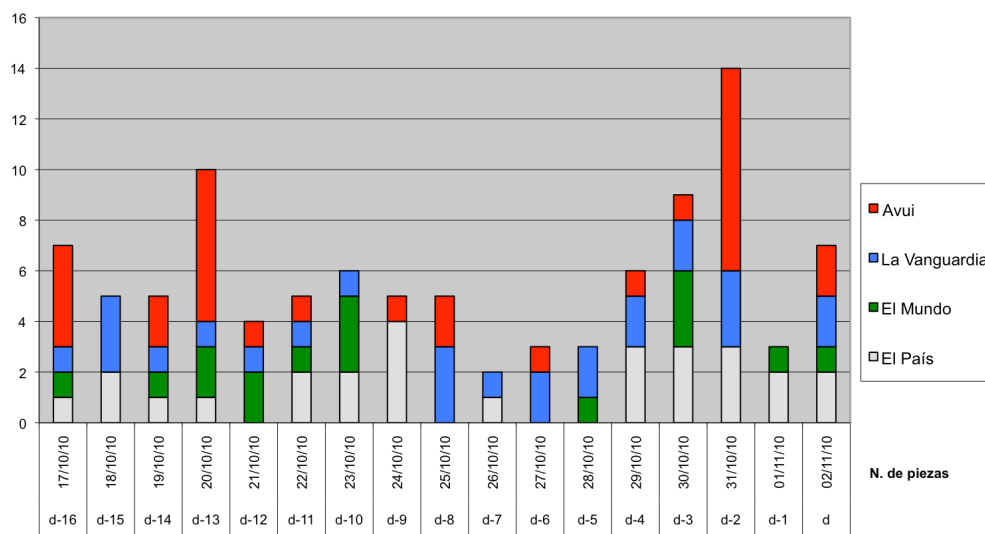
Figura 2. Espacio dedicado por diarios al tema de la independencia en las elecciones (2006-2010)



Fuente: Autores

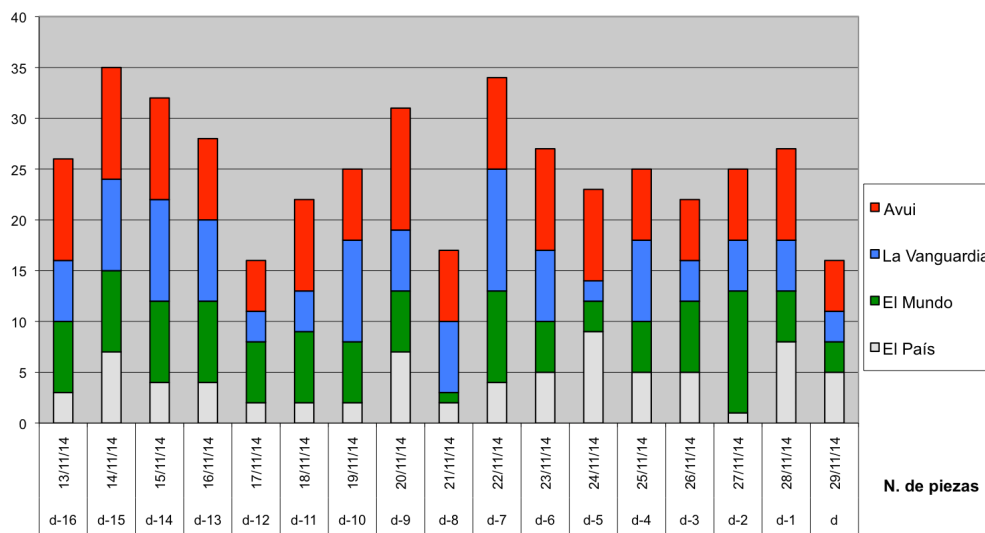
Por lo que se refiere a la progresión del tema en campaña (figuras 3 y 4), los datos indican que no existe un patrón de comportamiento estable en el sentido de crecimiento o decrecimiento de la cuestión independentista. Es decir, a medida que avanza la campaña durante los 17 días de estudio (de d-16 a d), el debate independentista no aumenta o disminuye. Los picos de tratamiento corresponden más bien a episodios motivados por diferentes hechos, como declaraciones o propuestas de los candidatos. Así, en la campaña electoral de 2006, el primer incremento (d-13) se relaciona con la propuesta del líder de ERC Josep-Lluís Carod Rovira de convocar un referéndum sobre la independencia y las reacciones políticas que este anuncio generó. El segundo incremento (d-2) responde a la publicación de diversos artículos de opinión que valoraban el hecho de que el tema independentista no había sido uno de los ejes de la campaña (curiosamente, el incremento se corresponde con su ausencia). En el caso de la campaña de 2010, la evolución del tema independentista es más homogéneo y los momentos de más intensidad (d-15) y (d-7) corresponden a la valoración del segundo tripartito en el que participó un partido independentista (d-15). Por lo tanto, es una presencia superficial del tema relacionado con la adjetivación que analizamos más adelante. El segundo pico se debe a la reacción de los diferentes medios y partidos al videojuego de las juventudes del PP en el que se disparaban “bombillas” a inmigrantes e independentistas (d-7). De esta forma, podríamos afirmar que el tratamiento está muy determinado por la activación de determinadas estrategias políticas durante las campañas.

Figura 3. Progresión del número de piezas en las elecciones de 2006



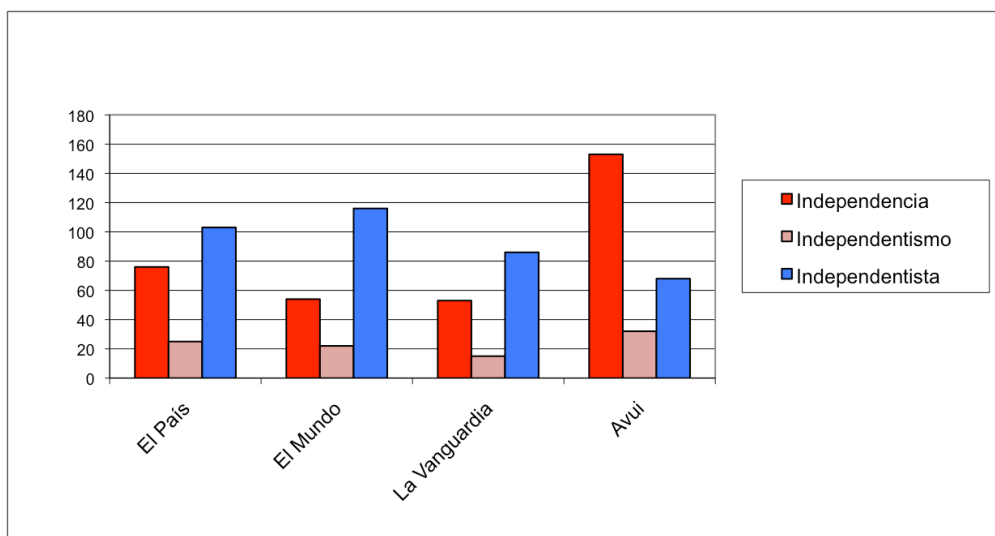
Fuente: Autores

Figura 4. Progresión del número de piezas en las elecciones de 2010



Fuente: Autores

Figura 5. Usos lingüísticos de los conceptos



Fuente: Autores.

Finalmente, cabe destacar los diferentes usos lingüísticos del término en estas dos campañas (figura 5). En concreto, en las piezas analizadas aparecen los conceptos de “independencia”, “independentismo” e “independentista”. Los dos primeros se usan como sustantivos mientras que el tercero se aplica como adjetivo. Contrariamente a lo que podría parecer, el uso de “independencia” e “independentismo” no se corresponde con una profundización en el tema ya que, en la mayoría de los casos, aparecen en contextos vacíos de sentido y, sólo en algunas ocasiones, encontramos argumentaciones más elaboradas (que se desgranar en el apartado cualitativo). El uso del adjetivo “independentista” se utiliza como mero epíteto adjunto a un líder o a un partido. Aquí la disparidad de tratamiento la encontramos en el *Avui*, respecto a *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*. En el primer caso podemos observar que existe una predominancia de los usos sustantivos, en artículos, noticias o reportajes. En los otros tres casos, el uso en forma de adjetivo es más común.

Durante las campañas de 2006 y de 2010, el concepto de independencia tuvo escaso tratamiento en los diarios analizados. Por ejemplo, ninguno de los diarios analizados dedicó al tema de la independencia ningún editorial y son escasas las piezas en las que la independencia sea el tópico de la noticia, esto es, el tema principal sobre el que se habla. La escasa presencia del término se corresponde con un tratamiento superficial del mismo que se refleja en su uso como adjetivo, en su utilización fuera de contexto o en un uso vaciado de sentido.

Es interesante destacar que, en algunas ocasiones, el uso del término como adjetivo tiene connotaciones negativas o positivas. Así, en el diario *El País*, pero sobre todo en *El Mundo*, se adjetiviza negativamente y se da una visión radicalizada y violenta de los independentistas:

“Las sedes del Partido Popular, el PSC y Convergència i Unió en Tarragona amanecieron ayer pintadas con todo tipo de insultos y amenazas, además de símbolos

del independentismo radical catalán, banderas esteladas o las siglas de la extinta organización terrorista Terra Lliure”. *El País*, 21 de octubre, pág. 34

“Piqué está teniendo serios problemas para hacer campaña debido a una violencia que pasa ya de lo verbal: ayer en Tarragona radicales independentistas atacaron el autobús electoral del PP y lo llenaron de pintadas como ‘no sois catalanes’”. *El Mundo*, 19 de octubre, pág. 3.

“La fachada estaba poblada de frases como Viva la Tierra, Fascistas o ETA, además de los símbolos independentistas y la hoz y el martillo. Luna calificó el ataque como un síntoma de «terrorismo» que indica que sus autores son «fascistas radicales que no saben lo que es la libertad ni la democracia» (...) En el muro también aparecieron insultos y una bandera independentista”. *El Mundo*, 21 de octubre, pág. 11.

Contrariamente, en el *Avui*, se usa el adjetivo con connotaciones positivas:

“El principal objectiu [de la manifestació] era començar l’operació neteja després de la ‘manipulació’ que socialistes i independentistes creuen que es va produir per part dels mitjans de comunicació a l’hora d’informar dels fets previs a l’acte del Partit Popular”. *Avui*, 19 de octubre, pág. 9.⁸

“Martorell, poble de treballadors, no vol fatxes ni manipuladors” deia la segona pancarta que portaven els independentistes”. *Avui*, 19 de octubre, pág. 9.⁹

En el segundo caso, puede hablarse de una utilización banal del concepto ya que aparece fuera del contexto político. Algunos ejemplos de este uso son:

“A Esquerra le gustan las vestimentas con mensaje. Algunos increíblemente largos. Una camiseta unisex de algodón, de 12 euros, luce un Catalunya.es, con el .es de la dirección de Internet tachado, un 404 not found, y la explicación de este tradicional aviso de Internet cuando fracasa el enlace: “La web sol·licitada no existeix”. Estamos claramente en territorio .cat. Las sudaderas *Independència* con capucha suben a 25 euros”. *El País*, 17 de octubre, pág. 28.

“En el *blog* Marcús, en Vilaweb, hay otras 70 apuestas. Como no hay dinero de por medio, los resultados son a gusto del consumidor. Desde Saura *president* hasta el *súmmun* para los independentistas: mayoría absoluta de Esquerra Republicana. De ilusión también se vive”. *El País*, 25 de octubre, pág. 29.

“¿O potser fóra millor contractar l’Àngel Llàcer, que ensenyava a respirar els concursants d’Operación Triunfo? Si la Beth va anar a Eurovisió per Espanya (abans de declarar-se independentista), va ser gràcies als trucs que li va ensenyar el mestre Llàcer”. *Avui*, 18 de octubre, pág. 9. [*El refredat i el Chelsea*, Francesc Puigpelat].

En tercer lugar, en las piezas aparece el concepto independencia pero no se dice nada de él, esto es no se hace ninguna definición de la independencia, no se construye ninguna imagen de ella y no se concreta en qué podría consistir. Como puede verse en los siguientes ejemplos, esta dinámica está presente en los cuatro diarios analizados

⁸ “El principal objetivo (de la manifestación) era empezar la operación de limpieza tras la ‘manipulación’ que socialistas e independentistas creen que se produjo por parte de los medios de comunicación a la hora de informar de los hechos previos al acto del Partido Popular”

⁹ “Martorell, pueblo de trabajadores, no quiere fachas ni manipuladores”, decía la segunda pancarta que llevaban los independentistas”.

“...el candidat, que fou ovacionat amb crits de Carod, president i In-inde-inde- pen-dèn-ci-a”. *Avui*, 30 de octubre, pág. 12.¹⁰

“el ex presidente del FC Barcelona se presentó ante la prensa con un sólo ítem entre ceja y ceja: la independencia de Cataluña”. *El Mundo*, 16 de noviembre, pág. 18.

“En Catalunya se ha echado mano de ese recurso con fruición: el voto contra el PP, contra la independencia, contra el tripartito, contra el neoliberalismo... Desnudos de cheques bebé o sonotones gratis, nos hemos quedado con el anti como único resorte para movilizar al votante”. *La Vanguardia*, 16 de noviembre, pág. 15. [Campaña sin promesas, M. Dolores García].

“Convergència i Unió, que, si los pronósticos no fallan estrepitosamente, se hará con el Gobierno catalán en pocas semanas, tampoco ha sido ajena a esta radicalización. Por primera vez tiene opciones de gobernar Cataluña alguien que, como Artur Mas, afirma sin ambages que votaría sí en un hipotético referéndum de independencia”. *El País*, 28 de noviembre, pág.1, Cataluña.

Análisis cualitativo

Uno de los principales resultados del análisis cualitativo llevado a cabo es que los diarios analizados desarrollan no tanto imágenes persuasivas sobre la independencia cuanto sobre los partidos políticos favorables o contrarios a ella. De este modo, la principal línea argumentativa consiste en mostrar a los políticos de una determinada manera para sustentar sobre su imagen el proyecto político que defienden. Así, en este apartado, primero mostraremos los mundos posibles que asignan los diarios analizados a los proyectos políticos sobre la independencia y las metáforas mediante las que se manifiestan textualmente. En segundo lugar, se explica qué imagen dan los diferentes medios analizados de los actores políticos que defienden o no la independencia.

Los mundos pragmáticos y los mundos simbólicos de la independencia

Durante la campaña de 2006 son escasas las piezas informativas que dedican los diferentes medios analizados a desarrollar el concepto de independencia con lo que puede decirse que, prácticamente, no se elabora ningún mundo posible de Cataluña independiente. Esto es, en esta campaña los medios analizados asignan a la independencia escasos hechos o valores que supongan su desarrollo discursivo.

No sucede lo mismo en la campaña de 2010 en la que hay una mayor presencia de piezas informativas que desarrollan el tema de la independencia. Esto se debe al hecho de que a estas elecciones se presentaron más partidos políticos de signo independentista lo cual hizo que los diferentes diarios mostrasen sus propuestas. De este modo, todos los medios analizados, presentan los mundos posibles de los partidos independentistas. En general, se construyen dos *mundos posibles opuestos*, el de la Cataluña dependiente de España y el de la Cataluña independiente de España. Las diferencias aparecen a la hora de habitar estos mundos (con hechos o con valores) y la valoración positiva o negativa que se hace de ellos.

De este modo, *El País*, en las noticias *Laporta fia a la independència la solució de tots els problemes* [publicada el 13 de noviembre de 2010, página 5] y *Laporta defenderia la independència en la oposició* [publicada

¹⁰ “El candidato, que fue ovacionado con gritos de Carod, presidente e In-inde-indepen- cia”

el 22 de noviembre de 2010, página 4, Cataluña], reproduce la visión que tiene Laporta sobre la independencia. En este sentido, se construye un mundo posible de una Cataluña independiente habitada por la *verdad* “vamos a crear el mejor Estado del mundo”, o que no romperá vínculos con otras partes del mundo y que se hará un reparto de bienes entre España y Cataluña. También se exponen los *hechos* como que Cataluña independiente será “el cuarto estado más rico de la Unión Europea”; “la creación de una agencia catalana tributaria, el Banco Central Catalán y el Instituto Catalán de Seguridad Social”; “creación de una consellería en cap que guiará el proceso de independencia”, etc. De este modo, la visión de Laporta reportada pone de relieve que la independencia solucionará todos los problemas de Cataluña porque en la actualidad Cataluña sufre expolio fiscal: “Cada día Madrid nos roba 60 millones de euros”; “Cada año Madrid nos roba 22.000 millones de euros lo que supone el 10% del PIB de Cataluña” (La metáfora de la España carterista). También valores como la legalidad, la democracia y la paz, aparecen como elementos de apoyo. Por lo tanto, la estructura argumentativa que se reporta del discurso de Laporta se basa en un binomio filosófico que opone una Cataluña expoliada fiscalmente, a una Cataluña independiente rica económicamente porque tendrá competencias sobre la reforma laboral, el modelo energético o las infraestructuras. Por lo tanto, una argumentación de tipo pragmático que incluso hasta por su simplicidad acontece banalizada y hasta incluso ridiculizada.

Sin embargo, es interesante ver cómo el diario enuncia esta estructura de mundos (sin olvidar que el tópico es Laporta y no la independencia). La posición del diario se refleja cuando señala que la independencia es el único punto programático de Laporta y que no tiene discurso sobre otros temas (como por ejemplo las energías renovables). El diario usa la ironía y dice:

“La independencia es el único punto de su programa y ayer se evidenció al preguntársele en la Universidad Pompeu Fabra por asuntos más prosaicos, como las energías renovables.” *El País*, 13 de noviembre, pág. 5.

Este diario tilda el modelo de Laporta como “independentismo más extremo” ligado, por lo tanto, al valor de miedo y radicalidad. *El País* presenta la propuesta de una Cataluña independiente de Laporta como un mundo despoblado y pobre, con pocos individuos (a pesar de la gran cantidad de elementos que enuncia Laporta y otros candidatos de la coalición).

Ante la idea de Laporta de que la independencia solucionará todos los problemas de Cataluña, *El País* publica una contraportada en la que se narra un “aperitivo con... Stéphane Dion”, ex ministro de Canadá. Esta crónica expone las ideas del político canadiense en relación a los procesos secesionistas en general (hay que tener en cuenta que el encuentro se celebra en Bilbao y que no hay ninguna referencia a Cataluña). De esta pieza destaca la siguiente cita:

“Su rechazo al independentismo es claro: «La independencia no resuelve los problemas. Por contra, a veces hay un debilitamiento, pues las

esperanzas puestas en ella no se cumplen». Y abunda que en democracia no puede hablarse de derecho a la independencia”. *El País*, 22 de noviembre, pág. 56.

La estructura profunda propuesta por los independentistas también es contestada mediante un artículo de opinión, *Andaluces y catalanes*, firmado por Patxo Unzueta. En este artículo el autor asume la existencia de dos mundos posibles Cataluña independiente y Cataluña dependiente pero puebla estos mundos con hechos contrarios a los que aportan los independentistas. Así, afirma que económicamente la pertenencia de Cataluña a España es beneficiosa para Cataluña porque la balanza comercial (lo que Cataluña vende en España) es muy favorable a Cataluña (argumento de tipo pragmático). Afirma que

“estos datos cuestionan el argumento de los independentistas por interés. Cataluña aporta el 15,9% de la población española y el 18,5% del PIB, mientras que absorbe el 25% del total del comercio interregional de España (suma de exportaciones e importaciones), lo que indica pujanza económica pero a la vez una fuerte dependencia del mercado español” (*El País*, 25 de noviembre de 2010, pág. 17).

Siguiendo la línea argumental de poner en cuestión la propuesta de Laporta, este diario recoge la cita de Montilla del “espejo celta” en una noticia del 19 de noviembre (pág. 3, Cataluña) titulada “Montilla dice que una Cataluña independiente acabaría como Irlanda”. En este artículo se muestra la propuesta de Montilla cuyo núcleo argumentativo profundo opone dos mundos posibles excluyentes: la Cataluña independiente y la Cataluña federal. La estructura se completa al asignarse mediante una argumentación persona-acto la primera de ellas a CiU y, concretamente (metonimia) a su jefe de campaña David Madí y la segunda de ellas (metonimia) a él mismo. El mundo posible de Cataluña independiente tendría los valores de infelicidad, de romanticismo y los hechos de basar su economía en productos financieros y en la construcción (principio de identidad con Irlanda). Este mundo posible lo enuncia el propio Madí a través de su libro *Democracia a sang freda* de cual se recoge un fragmento. Por otro lado, la Cataluña federal poblada por el hecho de tener interlocutores en España, prioriza la crisis (por tanto, valores de realismo, de integración y de cohesión con España); pero esta menos desarrollada que la anterior. En esta noticia el diario da voz al propio Montilla (no lo hace con Laporta) para que explique su postura y no la contrasta con la visión de los otros.

En *La Vanguardia* también se desarrolla de este modo el concepto de independencia se encuentra en el artículo *El irreductible galo y la poción* de Antoni Puigverd (20 de noviembre, página 15). El tópico de la pieza no es la independencia sino Joan Carretero (líder de Reagrupament.cat) pero en ella se asignan a la independencia una serie de valores: sueño, receta mágica, impaciencia y la verdad de que algunos se agarran a ella como un “clavo ardiendo que les permita seguir soñando tortillas que la cruda realidad no les ofrece”. También dice que la receta mágica que propone Carretero “parece más propia de un chamán que de un doctor”. En este artículo se juega con

metáforas del mundo de la medicina porque Joan Carretero es médico. Es interesante que se plantee la promesa electoral de la independencia no tanto como una propuesta racional (doctor) cuanto un planteamiento más sobrenatural y propio de hechiceros (chamán). Por lo tanto, un planteamiento más simbólico (no de la independencia cuanto de su promesa).

En *El Mundo* se plantea una visión negativa de la independencia en diversos de sus artículos. Un ejemplo es el artículo *El retraso de Cataluña* publicado el 13 de noviembre (pág. 13) en el que se relacionan las demandas independentistas con el “retraso” de Cataluña y establece una dicotomía entre economía e identidad (en la línea pragmática ya señalada). En este caso, se celebra que los partidos no se centren en los temas independentistas porque dice que la independencia no tiene apoyo social (a diferencia de lo que se afirma en otros medios). En este caso, no se argumenta de ningún modo lo que se afirma:

“Los políticos más responsables reconocen públicamente que el proyecto independentista es un disparate. Por un lado, Europa no permitiría que una comunidad, por muy autónoma que fuera, se declarase independiente en cualesquiera de los Estados actuales; por otro lado, y es lo que más debe preocupar en unas elecciones, la mayoría de los catalanes no quiere la independencia.” *El Mundo*, 13 de noviembre, pág. 13.

Una visión negativa de la independencia demandada por Joan Laporta la presenta Albert Rivera, líder de Ciutadans, en una entrevista que le realizan diversos periodistas de este diario. En ésta, a la pregunta “¿Qué efecto puede tener la presencia de Laporta en estos comicios?”, Rivera responde:

“y sobre Laporta, un partido que lleva en su programa declarar la independencia desde el balcón de la Generalitat al estilo Kosovo, prohibir el castellano como lengua oficial y hacer un ejército catalán, me parece que está rozando la línea de lo democrático”. *El Mundo*, 14 de noviembre, pág. 20.

La imagen que da Rivera de la independencia se llena del valor de guerra y conflicto (al relacionarla con Kosovo) y de antidemocracia. Los hechos que pueblan este mundo son: prohibir el castellano y hacer un ejército catalán. Se trata de una construcción más simbólica que pragmática.

En *El Mundo* se desgrana una imagen sobre la independencia en una noticia dedicada a Laporta, líder de SI. Esta pieza es interesante porque mezcla una glosa muy negativa de Laporta (del cual se recogen declaraciones negativas sobre otros políticos) con algunos elementos de su ideario político que son connotados negativamente. Así, se destaca el núcleo argumentativo que defiende Laporta en esta campaña basado en la contraposición entre dos mundos: uno de negativo, la Cataluña dependiente y otro de positivo, la Cataluña independiente. El primero de ellos está habitado por el expolio fiscal de Madrid y por el valor de robo, mientras que el de la Cataluña independiente es aquella que nos llevará a “hacer caso a nuestra conciencia y a nuestro bolsillo”. Es interesante destacar que *El Mundo* define de manera

más explícita la primera de ellas (la que enfrenta de manera más clara a Laporta con España) mientras que la segunda de ellas se de manera implícita. Esta presentación se connota con frases como “A los consabidos datos económicos que SI repite en cada mitin para deplorar el ‘expolio fiscal’ y apostar por separarse de España”. (*El Mundo*, 14 de noviembre, pág. 24). Esta presentación se deja en boca de Laporta que es el enunciador principal aunque jalonado por el periodista que escribe la pieza que nunca le acaba de ceder la palabra y va “metiendo baza”. Llama la atención como el periodista va trufando la propuesta de Laporta con insultos y comentarios negativos que éste hace a otros políticos o a otras fuerzas políticas. Sólo dos extractos como ejemplo, aunque toda la pieza es igual.

“Además, demonizó a CiU, ERC e ICV –los mismos a los que ha propuesto constituir el estado catalán– por convertirse en «corresponsables» del «robo» con que, según SI, España se sirve de Cataluña”. *El Mundo*, 14 de noviembre, pág. 24.

“Laporta arrojó varios dardos a los convergentes, que han moderado el discurso más soberanista para anteponer el combate contra la recesión como blasón. «Es contradictorio decir que ahora no toca la independencia y que, en cambio, lograremos salir de la crisis», observó”. *El Mundo*, 14 de noviembre, pág. 24.

El día 16, desde *El Mundo* se desarrolla más este argumento pragmático en una noticia de seguimiento de la campaña de Laporta. Esta vez sin acritud. En la noticia se destacan algunos hechos que conformarían la Cataluña independiente de Laporta como que se evitaría el “expolio fiscal de más de 22.000 millones de euros anuales” o la verdad que Cataluña sería “uno de los países que encabezaría la Unión Europea”. En este mundo, se subirían las pensiones (incremento de 1.500 euros anuales) y se incrementarían las becas salario de los estudiantes (8.500 euros al año). Estos mismos argumentos se repiten en una información sobre Laporta) al que se añade el valor de dignidad “Si Cataluña logra la independencia podrá defender su ‘dignidad como pueblo’ y lograr más avances en materia económica” (*El Mundo*, 27 de noviembre (pág. 22).

El argumento económico, se deja ver también en una pieza informativa en la que se refleja una “conversación” con Josep Manel Ximenis, impulsor de la primera consulta independentista en Arenys de Mar (*El Mundo*, 17 de noviembre, pág. 18). En este artículo se presenta la contraposición que hay de cómo sería la Cataluña independiente para el periodista (Juan Carlos Girauta) y para Ximenis. Para el periodista, la Cataluña independiente seguiría siendo exactamente igual que la actual

“Las mismas gentes, las mismas costumbres, las mismas lenguas, las mismas virtudes, defectos e inercias. No seremos mejores ni peores. No seremos ni más competitivos ni más creativos. No seremos más cultos ni más generosos. Ustedes llaman ‘independencia’ a un mundo imaginario donde la sociedad ha sido limada en sus aristas, lavada de sus manchas”. (*El Mundo*, 17 de noviembre, pág. 18).

Para Ximenis, en cambio, afirma que en una Cataluña independiente los ciudadanos serían los mismos, “pero señala donde estaría el acicate del

cambio: no habría ‘expolio’. Según los cálculos al uso 20.000 millones de euros al año”. En este artículo el autor trata de contraponer dos ideas de Cataluña: una realista que percibe que la independencia no variará nada y otra idealista que piensa que la independencia es la solución a todos los problemas. Se trata de un argumento de carácter simbólico basado en valores. A esta dicotomía, Ximenis opone su visión pragmática basada en la economía, eso sí, reconociendo el escaso cambio simbólico que la independencia de Cataluña supondría en otros aspectos.

El argumento económico se completa con el simbólico (en menor medida) en la entrevista que Salvador Sostres le realiza a Xavier Vendrell (24 de noviembre, pág. 18). A pesar de que gran parte de la entrevista gira en torno a la posible reedición del tripartito y sobre el proceso por el cual acceder a la independencia (a través de un referéndum) y de su legalidad (la Unión Europea habría de acabar reconociendo a Cataluña en el momento en que los republicanos sepan cómo hacer un cambio de legalidad). En relación a la imagen de Cataluña independiente se afirma que no será excluyente (simbólico) con los ciudadanos vinculados sentimentalmente con España y en la que habrá mejor calidad de vida (pragmático). También hay un cierto “deje” simbólico en las palabras que se recogen en una entrevista a Artur Mas [*El Mundo*, 25 de noviembre, pág. 18]. en esta, los razonamientos de Mas contienen un cierto deje simbólico. En primer lugar, uno de los periodistas que entrevistan a Mas le pregunta si es una táctica electoral decir que votaría por la independencia a título personal pero no a título político. A partir de ese momento empieza una disquisición de Mas sobre el apoyo de un hipotético referéndum en el que afirma que la mitad de la población está a favor de la separación de España. En este contexto, el líder convergente afirma que España “no respeta, acoge ni comprende a Cataluña” (valores y, por lo tanto, elementos simbólicos). Esta argumentación se completa con otra de carácter pragmático, el concierto económico (camino que se emprende porque la independencia aún no es posible y tampoco es posible una España plurinacional respetuosa). La postura del medio ante estas declaraciones es de cierto escepticismo ya que los periodistas ponen en duda que realmente haya tanta gente a favor de la independencia [Por ejemplo, Victoria Prego pregunta: “Si el referéndum llegara a convocarse, ¿no cree que lo perderían por mucho?].

El Mundo además se hace eco de la publicación en el *New York Times* (al que denomina “prestigioso” diario americano) de un artículo en el que se “alerta” de las consecuencias negativas que tendría para la unidad de España un triunfo nacionalista con afirmaciones del tipo “el próximo domingo no se vota sólo la composición del Parlament sino ‘cómo España se mantiene unida’”. *El Mundo*, 25 de noviembre, pág. 22. Este diario también recoge también las declaraciones de Puigercós “Madrid es una fiesta fiscal y en Andalucía no paga ni Dios” (15 de noviembre, pág. 22). En la noticia donde se hace eco de esta cuestión se afirma que los independentistas (por lo tanto el tópico sigue sin ser la independencia) vuelven a recurrir a los argumentos de tipo económico para justificar una posible independencia de Cataluña (se supone que en tiempo de crisis este tipo de argumentación pragmática ha de pesar). La diferencia con el resto de diarios está en la clara connotación negativa con la que este diario recoge estas declaraciones. Esta connotación se trasluce en

expresiones del tipo: “Joan Puigercós sacudió ayer en la Seu d’Urgell el espantajo (cosa que causa infundado temor) de un Govern de CiU vuelva a echarse en manos del PP”. Afirman también que el candidato republicano “pareció ser abducido por unos instantes por Joan Laporta, que machaca allá donde va la carraca contra el ‘expolio fiscal’ con el que Madrid ‘roba’ a los catalanes”.

De este modo, la idea de independencia se construye indirectamente mostrando las actitudes de aquellos que la defienden como agresivos (atacan a los demás), divididos entre sí (no se ponen de acuerdo entre ellos: “Aunque se presenten más fragmentados que nunca, los independentistas se apresuran a echar mano de la cartera cuando se trata de hablar de España”. *El Mundo*, 15 de noviembre, pág. 22.). No se desprestigia tanto la idea de independencia cuanto a aquellos que la defienden (argumentación persona acto). Esta actitud se ve en *El País*, pero en *El Mundo* es mucho más evidente. Como se verá en el próximo apartado

Un artículo publicado el día 12 de noviembre en *Avui* [*Els nous aspirants*, pág. 8] dice que Laporta proyecta “*la vessant més econòmica de la independència*”. En esta frase se hace referencia de manera implícita a los argumentos de tipo pragmático. Parece que se dirigen a un público que ya sabe cuál es esa vertiente y en qué consiste. Lo mismo sucede cuando se refieren a Joan Carretero para afirmar que “el seu objectiu és estendre el dogma sobre els beneficis de la independència”. En lugar de desarrollar este tópico, el artículo se contra en perfilar a los candidatos, a los partidos y sus trayectorias. En general, se habla mucho de partidos y poco de ideas. Sí que se desarrolla este tópico en un artículo que desarrolla la propuesta de Laporta. En este artículo aparecen los dos mundos posibles, el de la dependencia y el de la independencia (ambos desarrollados con elementos pragmáticos de tipo económico). Así, la dependencia genera paro “[Laporta] Hi ha uns 670.000 catalans que están sense feina, un greuge més de la dependència amb l’estat”¹¹ (también el valor de engaño de las fuerzas políticas tradicionales) (*Avui*, 14 de noviembre, pág. 12). Frente a esta situación, en el mundo de la independencia “no s’haurien retallat les inversions en infraestructures, ni congelat les pensions ni abaixat els salaris als funcionaris”.¹² Este mismo argumento aparece de nuevo el día 21 de noviembre en la pág. 7 en una pequeña pieza de balance de la primera parte de la campaña. Se vuelve a destacar la idea de la declaración unilateral de independencia, el espolio fiscal, y las ventajas económicas de ser un país. El día 16 (pág. 12) en una entrevista a Carretero (habla de “alliberar el país”¹³ el día 22 (pág. 17). En esa misma pieza: Cataluña “endeutada fins les pestanyes”¹⁴) también se insiste en que pertenecer a España supone un expolio fiscal y una ruina cultural, lingüística y social. El mundo de la independencia también se desarrolla en la entrevista a Carretero con valores como la democracia y con hechos como:

¹¹ “Hay 670.000 catalanes que están sin trabajo, un agravio más de la dependencia del estado”.

¹² “No se habrían recortado las inversiones, en infraestructuras, ni congelado las pensiones ni bajado los salarios a los fundionarios”.

¹³ “liberar el país”.

¹⁴ “endeudada hasta las pestañas”.

“Hem de fer una democràcia de qualitat, i proposem impulsar una llei electoral amb petits districtes en què es triï un sol diputat. També parlem d’una llei de limitació de mandats i de contenció de la despesa dels partits. Un tercer missatge és apostar per la recerca de l’excel·lència perquè el país surti del ninisme”. *Avui*, 16 de novembre, pág. 12.¹⁵

El argumento de tipo económico es puesto en boca de Sánchez-Camacho. Según este diario, el PP emitió un *spot* electoral en el que se vincula la independencia con el paro que este partido achaca a una posible alianza entre Mas y Carod-Rovira (ERC). El artículo (12 de noviembre, pág. 12) se limita a citar esto sin más. Y Montilla (19 de noviembre, pág. 7): “Els que diuen que amb la independència tot se soluciona no poden garantir que amb la secessió se sortiria abans de la crisi’, apuntava a TV3”.¹⁶

La construcción del discurso sobre la independencia aparece el día 13 de noviembre (*Avui*, pág. 13) a raíz de una cuestión que un lector le propone a Joan Puigcercós. En este caso, el líder republicano recurre a hechos de carácter económico para plantear que Cataluña independiente sería el sexto país más próspero de la UE (argumento pragmático). A estos hechos se le añaden algunos valores como la prosperidad, el bienestar, la justicia social y la no exclusión (elementos de tipo simbólico). En esta misma página, entre otra pregunta del público, es Laporta quien añade argumentos de tipo económico como que el gobierno español “en pren cada any 22.000 milios d’espoli fiscal”¹⁷ y que, por tanto, con la independencia el gobierno catalán incrementaría su presupuesto en un 70%, esto permitiría invertir más en educación, investigación e innovación. Puigcercós insiste en este argumento económico en un artículo del 15 de noviembre (pág. 8) en donde comenta que no hay que tener miedo a la independencia ya que generará nuevas oportunidades ya que ahora “ens metrallen d’impostos”.¹⁸

Los “buenos” y los “malos”

Como se ha dicho, la principal línea argumental desarrollada en los diarios durante las campañas electorales es la construcción de una imagen maniquea, o positiva o negativa, de los independentistas. Se trata de una argumentación persona-acto por la cual, una buena imagen de los que defienden la independencia legitima su proyecto mientras que un desprestigio de los mismos lo es también de su proyecto. En este caso, en *El País* y *El Mundo* se construye la imagen negativa mientras que en *Avui* y *La Vanguardia* la hacen positiva.

Avui construye estas imágenes a raíz del incidente de Carod Rovira en la Universidad de Barcelona:

¹⁵ “Tenemos que hacer una democracia de calidad, y proponemos impulsar una ley electoral con pequeños distritos en los que se elija un solo diputado. También hablamos de una ley de limitación de mandatos y de contención del gasto de los partidos. Un tercer mensaje es apostar por la investigación de la excelencia para que el país salga del *ninismo*”.

¹⁶ “Los que dicen que con la independencia todo se solucionará no pueden garantizar que con la secesión se saldrá antes de la crisis’, apuntaba a TV3”.

¹⁷ “toma cada año 22.000 millones de expolio fiscal”

¹⁸ “nos ametrallan a impuestos”

“Al matí, el candidat d’ERC havia estat rebut amb crits de “*Carod, cabrón, España es tu nación*” a la Universitat de Barcelona per una quinzena de joves, que després es van identificar com a estudiants de dret. Amb el portaveu de les JERC, Pere Aragonès, i davant uns tres-cents persones a l’aula magna, va aprofitar l’incident per reiterar el model de país que defensen els republicans i afirmar que no cal ser independentista per votar ERC”. *Avui*, 19 de octubre, pág. 10.¹⁹

Se trata de una agresión que es contestada en la misma página en un artículo de opinión de Sebastià Alzamora (*Esperem les condemnes*, *Avui*, 19 de octubre, pág. 10)²⁰:

“Un grupet d’imbècils va rebre ahir Carod-Rovira a la porta de la Facultat de Dret de la UB a crits de “*Carod, cabrón, España es tu nación*”, a més d’altres insults menys reproduïbles, acompanyats d’actituds amenaçadores” *Avui*, 19 de octubre, pág. 10).²¹

Más adelante les llama “obcecados”, “energúmenos” y “fascistas”. Equipara estos hechos a los ataques hechos al PP “por independentistas”. En este artículo se dice que “va sorgir el millor Carod”.²² Esta idea de relacionar los que insultan a los independentistas con los fascistas se ve también en la entrevista a Pepe Rubianes (en el que el ya desaparecido actor afirma:

“El tema català ja ve de lluny. Catalunya sempre ha estat l’objectiu del feixisme espanyol. Pensa que si un català és independentista, per a ells és un fill de puta. Però si el català no és independentista, és fill de puta igual”, *Avui*, 30 de octubre, pág. 7.²³

Desde *El País* se carga con negatividad a los independentistas. Un ejemplo paradigmático puede leerse en una columna titulada *Perlas de campaña* firmada por Francesc Arroyo. Bajo el epígrafe “La nación y la legión” escribe:

“Joan Puigercós se negó ayer a criticar a Joan Laporta porque es independentista, no porque también se llame Joan. Igual que en la Legión, cuyos miembros se comprometen a socorrer al colega amenazado “con

¹⁹ “Por la mañana, el candidato había sido recibido con gritos de “*Carod, cabrón, España es tu nación*” en la Universitat de Barcelona por una quincena de jóvenes, que después se identificaron como estudiantes de derecho. Con el portavoz de las JERC, Pere Aragonés, y ante unas trescientas personas en el aula magna, aprovechó el incidente para reiterar el modelo de país que defienden los republicanos y afirmar que no es necesario ser independentista para votar a “ERC”.

²⁰ “Esperamos las condenas”

²¹ “Un grupito de imbéciles recibió ayer a Carod-Rovira a la puerta de la Facultat de Derecho de la UB con gritos de “*Carod, cabrón, España es tu nación*”, además de otros insultos menos reproducibles, acompañados de actitudes amenazadoras”.

²² “Surgió el mejor Carod”.

²³ “El tema del catalán ya viene de lejos. Cataluña siempre ha sido el objetivo del fascismo español. Pensa que si un catalán es independentista, para ellos es un hijo de puta. Pero si el catalán no es independentista, es un hijo de puta igual”.

razón o sin ella”. Hay otro refrán que explica la conducta: “Entre lobos no se muerden”, *El País*, 13 de noviembre, pág. 5.

Como puede verse, en unas pocas líneas, compara a los independentistas con legionarios y con lobos (se trata de dos metáforas que cargan a Laporta y Puigcercós de unos determinados valores). En esta misma línea de evaluación negativa de las formaciones independentistas se sitúa el artículo publicado el 15 de noviembre en la primera página del suplemento Cataluña: “ERC enciende la campaña al acusar a los andaluces de no pagar impuestos”. El uso del concepto independentista en este contexto puede considerarse de adjetivación pero el artículo connota negativamente esta opción política con frases como

“Joan Puigcercós, líder de Esquerra Republicana de Cataluña (ERC), echó mano ayer de la lista de supuestos agravios contra Cataluña que independentistas y nacionalistas suelen agitar cada vez que se avecinan unas elecciones. Ayer el fantasma se llamaba Agencia Tributaria (...)”, *El País*, 15 de noviembre, pág. 13).

En este artículo se viene a decir que ERC saca la lista de agravios inventados (“No aportó ningún dato que lo certificase y la frase fue la guinda de un discurso en el que denunció el ‘maltrato’ de Madrid a Cataluña”) como estrategia política para poder hacer frente al auge de nuevas fuerzas políticas independentistas y poder ponerse al nivel de Carod Rovira. La noticia se replica en la sección España ese mismo día (pág. 13). Un día más tarde, el 16 (pág. 12) en una entrevista a Puigcercós el periodista pregunta “¿Fue un guiño demagógico al electorado independentista?”.

Este mismo autor vuelve a plantear la cuestión cuando hace el retrato del Puigcercós (*Plantas carnívoras y el dinosaurio*), En este caso, el tópico es el independentismo al que equipara con plantas carnívoras que dejan de ser tales para devorarse entre sí, tal y como hacen los diversos partidos independentistas:

“Augusto Monterroso cuenta la historia de una familia de plantas carnívoras que, sensibles a las críticas que recibían por su dieta, fueron cobrando repugnancia a la carne y decidieron volverse vegetarianas. A partir de entonces, aquellas plantas carnívoras “se comen únicamente unas a otras”. La fábula, candidato Puigcercós, parece pensada para moralizar sobre la deriva de ERC en particular y del independentismo en general” *El País*, 24 de noviembre, pág. 13.

Otra línea argumental presente que se desarrolla en *La Vanguardia* de mano de Enric Juliana no consiste tanto en desarrollar argumentativamente la independencia, que se limita a calificar como “grito de protesta e idealizada panacea” (*El cabezudo etnicista*, 16 de noviembre, pág. 18), como a elaborar una imagen de los independentistas, en concreto el diferente liderazgo llevado a cabo en la formación republicana por Carod y por Puigcercós, en un contexto en el que se ha fragmentado el espacio político independentista y en

el que un 25% de la sociedad catalana se identifica con el independentismo.

Otra referencia a la independencia puede leerse en el artículo *La línea Chacón-González* de Enric Juliana (*La Vanguardia*, 17 de noviembre, pág. 20). En este artículo de opinión se critica la repercusión exagerada (desde el punto de vista del autor) que han tenido las declaraciones de Puigercós (“En Andalucía no paga impuestos ni Dios”). Acusa a los socialistas de haber amplificado estas declaraciones para proteger uno de sus principales caladeros de votos (Andalucía) aunque sea a costa de sacrificar a Montilla (que ha gobernado apoyado por ERC durante 7 años). Para sostener estas afirmaciones cita un artículo publicado por González y Chacón en *El País* en el mes de julio en el que afirmaban lo siguiente:

“[Chacón y González]: “Proponen [ERC] como solución mágica la independencia con argumentos que combinan la apelación a las emociones negativas, con la invocación de un grosero cálculo económico cada vez más distante de las tradiciones progresistas y más cercano a los postulados de la Liga Norte italiana”, (*La Vanguardia*, 17 de noviembre, pág. 20).

Una vez más, el tópico no es la independencia sino los independentistas y se da una visión negativa de ellos. En este caso, aunque el autor no se posiciona a favor de ERC, en el artículo critica la actitud de quienes hacen estas declaraciones. La postura independentista se plantea como una actitud no sólo rupturista sino también generadora de tensiones internas. Es la postura planteada por Mas y que se recoge de manera neutra en el diario:

“Es la opción que preconiza CiU [soberanía fiscal], desde la sentencia del TC, ante los que apuestan por dejar las cosas como están y los que abogan por la vía de una “cierta ruptura”, y la que considera que puede propiciar mayores consensos. A diferencia de la independentista, que Mas no se cansa de repetir que provocaría división interna en Catalunya”. *La Vanguardia*, 26 de noviembre, pág. 24.

El discurso en *El Mundo* se centra en los independentistas a los que se caracteriza muy negativamente o del independentismo como movimiento o tendencia. Un ejemplo paradigmático de esto es el artículo de Àlex Sàlmon titulado (*Elecciones para un futuro real*, 14 de noviembre, pág. 33). En este caso se relaciona el apoyo que extraigan algunos partidos en las urnas con el apoyo “real” a la causa independentista (de esta relación se excluye a los abstencionistas).

Victoria Prego en el artículo *Balas de algodón* (*El Mundo*, 14 de noviembre, pág. 33) plantea la posición de CiU ante la independencia como una estrategia electoral: “Lo hacen para no perder votantes por el lado de ERC”. En este mismo artículo, la autora plantea la posición de Mas y de sus colaboradores más cercanos como independentistas que no plantearán mientras gobiernen un referéndum por la independencia simplemente porque lo perderían (como se ha mostrado en los fragmentos ya citados). Prego utiliza la metáfora de “balas de algodón” que se disparan durante la campaña para reflejar esta postura convergente pero sin aparecer una imagen sobre la independencia:

“Aclaremos ahora que el Consell de Garanties Estatutàries dictaminó en julio que la propuesta de convocatoria de un referéndum sobre la independencia era contraria al Estatut y a la propia Constitución, y que los diputados de CiU, con su presidente a la cabeza, re-consideraron su posición y rechazaron finalmente la admisión a trámite de la iniciativa.

Así pues, la independencia como argumento político resulta ser una bala de algodón” *El Mundo*, 14 de noviembre, pág. 33.

Conclusiones

Los datos cuantitativos han puesto de manifiesto que la temática de la independencia en los diarios estudiados se incrementó en la campaña de 2010 en relación a la de 2006. Si bien en la primera etapa estudiada encontramos ciertas referencias al independentismo o al proyecto independentista, estas son mínimas, y básicamente adjuntas a un discurso de banalización. Por otra parte, parece probado que en la campaña de 2010 la cuestión de la independencia obtuvo una mayor resonancia a nivel cuantitativo en todos los diarios. Es especialmente destacable la irrupción de la temática en rotativos como *El Mundo*.

Ahora bien, esta mayor presencia de la temática no significó una mejor información o un tratamiento en profundidad sobre el proyecto, la posibilidad, el mundo posible en un escenario de independencia. El tratamiento de la prensa española y catalana de la cuestión diferiría en este sentido al que se hace por ejemplo en contextos como el escocés, en el que por ejemplo en la campaña de 2007 hubo una presencia de contenidos y de discusión más intensa –aunque muy basada en los discursos del miedo esponsorizados por las fuerzas políticas unionistas.²⁴

A nivel cualitativo hemos podido comprobar que existe una construcción mínima de significados en torno a los mundos posibles de la independencia, ya sea habitados por argumentos pragmáticos o simbólicos. En todo caso, la tendencia pragmática prepondera respecto a los discursos de tipo simbólico, que tendrían más relación con aspectos como la nación, la lengua o la historia. En este sentido podemos afirmar que en la campaña de 2010 aparecieron discursos pragmáticos entorno al proyecto independentista de forma muy primitiva o primaria.

También nos parece comentable poner de relevancia que los discursos pragmáticos sobre la independencia estuvieron promovidos por partidos políticos independentistas. La incursión de esta temática fue utilizada o expuesta de forma muy diferente según cada diario. Nos parece evidente la diferencia del trato entre los periódicos con base en Madrid, en los que se ofrece una imagen hasta ridiculizante de personajes como Joan Laporta, con el contenido de los periódicos catalanes, aunque desde estas cabeceras también se articuló un discurso que tiende a presentar el independentismo como una opción frívola y hasta banal. En todo caso, las visiones polarizadas

²⁴ CASTELLÓ, E. y CAPDEVILA, A. ‘Pragmatic and symbolic frames: a comparative analysis of the independence issue in the Scottish and Catalan elections’. Artículo en revisión.

como las dadas por *El Mundo* o *Avui*, ofrecen visiones políticas ciertamente distanciantes en tanto que alimentan discursos de alteridad radical.

En cierta manera, y centrándonos en la propuesta analítica de los mundos posibles, podríamos afirmar que los discursos sobre la independencia están “vacíos”, son mundos inhabitados o despoblados, y cuando encontramos argumentos, ideas o proyecciones –básicamente de carácter pragmático-, son meras reelaboraciones de marcos interpretativos elaborados por los partidos políticos, quizás a modo de reemarcaciones del discurso,²⁵ adaptaciones argumentativas a un tipo de público (el de cada diario) abonado a una determinada visión. Quizás esta vacuidad se mantenga en próximas campañas electorales o quizás, alentados por el creciente apoyo al proyecto independentista, analistas y políticos empiecen a concretar más estos discursos, a poblar un espacio discursivo hasta el momento hueco.

²⁵ CASTELLÓ, E. y MONTAGUT, M. (2011) “Journalism, Reframing and Party Public Relations Consultants: Strategies in the Morning Talk Radio”. *Journalism Studies*, 12(4), 506-521.

Referencias bibliográficas

Capdevila, Arantxa. 2004. El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión. Barcelona: Aldea Global.

Enric Castelló y Marta Montagut. 2011. "Journalism, Reframing and Party Public Relations Consultants: Strategies in the Morning Talk Radio". *Journalism Studies*, 12(4), 506-521.

Enric Castelló, y Arantxa Capdevila. En revisión, "Pragmatic and symbolic frames: a comparative analysis of the independence issue in the Scottish and Catalan elections". En revisión.

Daniel Riffe, Stephen Lacy y Frederick Fico. 2008. *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*. New York: Routledge,

Chaïm Perelman, y Lucile Olbrechts-Tyteca. 1994. *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos,

Jordi Pericot, y Arantxa Capdevila. 2003. "La *Cataluña posible* en la propaganda electoral televisiva. Elecciones al Parlamento de Cataluña 1992-1999. en Víctor Sampedro, ed., *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria-Academia.

Pujante, David. 2003. *Manual de retórica*. Madrid: Castalia.