



Eleccions Catalanes 2010

Behatokiaren ondorioen aurkezpena

Estefanía JIMÉNEZ (koordinatzailea), Igor FILIBI, Jone MARTÍNEZ, Eztizen MIRANDA,

Cristina PERALES eta Iker MERODIO

www.eleccionscatalanes2010.com · estefania.jimenez@ehu.es · 652 716 397

Behatokia zenbakietan:

- 5.000 bisita baino gehiago aste bi baino gutxiagoko ikerketan.
- 300 unitate baino gehiago ikertuak.
- 100 jarraitzaile baino gehiago *Facebook* sarean.
- 6 ikerlari, 5 kazeta eta 2 aste ikerketan.

Egunetan zehar egindako lanaren ostean, ondorengo hauek ikerketa taldeak lortutako emaitzak eta ondorioak dira:

1. Bihar amaitzen den hauteskunde-kanpaina, ikuspuntu katalanetik, profil baxukoa, eduki gabekoa eta kontserbadorea izan da.
 - Ez dute identitatearen inguruko eztabaidan sakondu, ez CiUk ez PSCK, hori dela eta, egunkariak salbuespen kasuetan bakarrik aipatu dute. Ezker-eskuma ardatza ere ez da modu aipagarrian antzeman.
 - Hauteskunde-kanpainaren gai nagusiak ekonomiaren arlokoak izan dira: kontzertu ekonomikoaren egokitasuna eta ezaugarriak izan dira buru.
 - FC Barcelona eta Real Madrid CF taldeen arteko partidak, edota Interneteko kanpainak, egunkarietan lekua izango zutela ematen bazuen ere, ez da horrela izan.
2. Egunkariak, alde batetik, CiUren kanpaina pertsonalista islatu dute, Artur Mas protagonista izan duen kanpaina; eta beste alde batetik, PSOErena, Kataluniatik kanpoko politikoei lagun eraman dutelako Jose Montilla.
 - Aztertutako unitate gehienetan Artur Mas bakardadean aurkeztu dute, Jose Montilla, aldiz, laguntza eskaini ei dioten, PSOEko buruzagien itzalpean geratu da.
 - Hedabide batek ere ez du Montillaren aldeko kanpaina gogotsua egin.

3. Emakumea ez da bizitza politiko katalanaren parte izan, erakargarria baizik.
 - CiUko eta PSCko ekitaldi politikoetan emakume gutxi agertu dira, erabakiak hartzeko ahalmena duten emakume gutxi.
 - Hedabideek naturaltasunez onartu dute emakumearen gorputzaren erabilera behingo kontu bezala, edota deigarria, hauteskunderen zenbait ekintzetan.
 - Aztertutako egunkarietako maskulinozko formak erabili dituzte, unibertsalak erabili nahi zituztenean.
4. Egunkarietako antzeko garrantzia eman diote hautagai bakoitzaren inguruko informazioari, baina ez da horrela izan mezuaren kasuan.
5. *Avui* Artur Mas hautagaiaren kanpainaren partaide argiena izan da.
6. *El País* egunkariak, galdeketeak erakutsi dutenean CiUk gehiengo osoa lortuko duela, orduan, aldatu egin du Artur Masek jasotzen zuen irudi eta testu tratamendua.
 - Hauteskunderen lehenengo astean, Jose Montillaren aldeko jarrera erakutsi du egunkariak; Artur Masen kontrakoa. Bigarrenetan, CiUko hautagaia modu atseginean, irribarretsuan, baita hurbilean ere, erakutsi du.
7. *La Vanguardia* senyerekin batera aurkeztu du Artur Mas beti. Montilla, ordea, estatu espainiarreko ministroek lagunduta, baita Felipe Gonzalezekin ere.
 - Diskurtsoari dagokionez, egunkaria neutro mantendu da, baina, irakurketa identitario baterako arrazoiak eman ditu irudietan.
8. *El Periódico de Catalunya* PSOEko kideen presentzia lagungarritzat hartu du Montillarentzat.
9. *El Mundo* egunkariak modu epel eta zuhurrean informatu du kanpainaren inguruan.
10. Partiduen helburua izan da hedabideek proposatzen duten segidaren arabera antolatzea kanpaina.
 - Kanpainan zehar, komunikabideek gaiak sortu nahi izan dituzte, partiduek horrela egiteko erraztasunak eskaini dizkietelako.