

HA ARRIBAT EL MOMENT ÀLGID

# Euskadi, campanya dura

**M**entre el rostre inexpressiu del *lehendakari* José Antonio Ardanza monopolitza la campanya gràfica del Partit Nacionalista Basc, que ressalta la seua condició de cap de l'actual executiu autonòmic, el pes fort de la confrontació dialèctica recau en la brillant oratòria de Xabier Arzaillus, el veritable líder. En mítings i compareixences públiques, el verb gris d'Ardanza queda immediatament eclipsat pel carisma indubtable del cap del partit, que es reserva el parlament més llarg i incisiu. L'obediència i la submissió del *lehendakari*, després del disgust que donà Garaikoetxea, són les condicions que tracta de ressaltar el PNB en la figura d'Ardanza, el candidat discret.

Una campanya, la del Partit Nacionalista Basc, que comptà des del principi amb el suport fàctic dels mitjans de comunicació dependents del mateix partit —diari *Deia*, revista *Euzkadi*— i amb els dependents del govern autonòmic —Radio i Televisió Basca—. Amb un cost declarat de cent milions de pessetes —podria ser, segons diverses fonts, més del doble— i el treball de la militància, extraordinàriament activa, el PNB inicià la campanya tot ressaltant els propis caràcters institucionals. «Encara resta molt per fer» i «El futur en bones mans» són, a la major part dels cartells i les tanques, les frases que flanquejen l'escassament carismàtica imatge de José Antonio Ardanza. «Futur en llibertat», «Tens molt a guanyar», «Tu guanyaràs»... són alguns dels lemes secundaris.

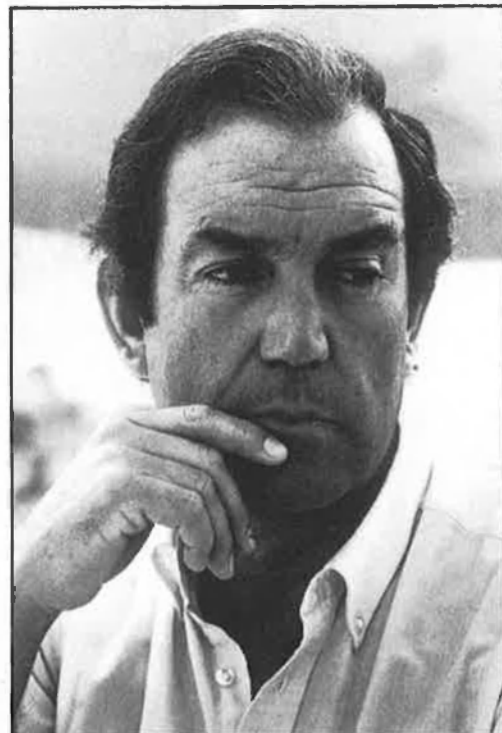
Durant els quinze dies de campanya, dirigents del PNB de tota mida visiten i visitaran tots i cadascun, pràcticament, dels pobles i les ciutats de la comunitat autònoma. Des dels grans mítings amb les figures estelars, com el de Sant Sebastià del 15 de novembre, fins a les xerrades quasi ínti-

La campanya electoral basca, insòlitàment viva i intensa, travessa aquests dies el moment àlgid. La incògnita sobre els resultats, determinada per la divisió nacionalista, fa que cap dels grans no renunciï a una difícil victòria.

Fúlvia Nicolàs

na, ho considera deshonest. Entre d'altres coses, perquè també ells transporten els seus militants guipuscoans i alabesos a Biscaia quan convé, com fa, a la inversa, el PNB.

Els primers dies de campanya, aquest partit centrà els seus atacs verbals en allò que anomenen «la branca esguellada de l'arbre, que no trigarà a assecar-se»: el nou partit de Carlos Garaikoetxea. Ferotges atacs personals i polítics, amb continuats recordatoris a la «traïció», «infidelitat» i «perjudicis» ocasionats per l'ex-le-



Ardanza i Garaikoetxea: arbre i branca. A la dreta, Benegas, «de acuerdo».

mes i els sopars de *batzoki*. Són trobades electorals, aquestes, a les quals acudeix quasi exclusivament, per bé que amb puntual disciplina, la militància i els declarats simpatitzants del partit. A cada míting s'anuncia, en acabar —abans de cantar l'himne oficial de la Comunitat, el «Gora ta gora»— la data i el lloc del proper míting, tot sol·licitant l'assistència dels presents. Si l'indret és llunyà, les agrupacions més fortes llogaran autobusos per tal de transportar els afiliats i amics. Impacte psicològic, en diuen. I ningú, ni tan sols Eusko Alkartasu-

*hendakari*, i continuades acusacions. «Si els socialistes aconseguïen el poder, i els nacionalistes ens veïem condemnats a l'oposició, la culpa serà d'ell», és el missatge. Paradoxalment, i després de tant d'insult, els dirigents del PNB insisteixen una i una altra vegada en el fet que no hi ha diferències entre un i altre partit, «som com dues gotes d'aigua», que ha dit Ardanza, inspirant la hilaritat dels seguidors de Garaikoetxea.

Els atacs al PSOE i al govern de Madrid eren, durant els primers dies, poc més que formularis, tot i que es



veia ja venir que aniran agreujant-se a mesura que s'aproxime el dia decisiu. Es tracta, sens dubte, d'un tema delicat. Sobre el pacte de legislatura que signà Ardanza amb el PSOE, i que li permeté governar durant vint mesos, ni una al·lusió. Sentint els mítings, llegint els diaris, el públic podria pensar que el PNB no ha trobat, en el PSOE, més que una duríssima oposició.

### D'acord amb què

El PSOE, abocat per primera vegada —a conseqüència de la divisió nacionalista— a ser minoria majoritària al Parlament Basc, ha centrat la seua campanya en la figura de **José María Benegas**, «Txiki», per bé que sempre acompanyat, en les aparicions públiques, d'algun destacat membre del govern espanyol. El lema, «D'acord», sense precisar amb què. Potser és per això que els nacionalistes radicals, més imaginatius, han fet imprimir tires amb aquesta llegenda, d'identica tipografia, i les van enganxant sobre els propis cartells reivindicatius. «Autodeterminació»... «D'acord»; «Amnistia»... «D'acord»; «Independència»... «D'acord».

Els cartells i les tanques del PSOE

han estat els més castigats, com sempre, per les incursions gràfiques dels escèptics. El somriure de Txiki Benegas, camisa de ratlles blanques i blau-cel, apareix de protagonista en els cartells flanquejats pel lema «D'acord». Mans irrespectuoses s'apressaren, ja des del primer dia, a agafar pintura blanca per tal d'esborrar dues lletres del lema: «Txiki Benegas, de cerdo por Euskadi», n'és el resultat.

Algún hàbil programador de la campanya socialista, però, tractà de contraatacar la competència radical. En veure els cartells d'Herri Batasuna amb la pregunta «¿Saps per què no volen negociar?», encomanà a la impremta que els assorteix uns nous cartells de resposta: «Negociar, què?». La mateixa rotativa, però, que havia editat els cartells del PSOE imprimia, poc després, unes tires, encomanades per Herri Batasuna, a dos colors: «La pau». Pregunta, resposta i retruc eren enganxades, amb poques hores de diferència, a les parets dels carrers d'Euskadi.

No tot és broma, però. I encara menys, broma amable. La campanya electoral del PSOE ha assolit ja, a hores d'ara, un considerable nivell d'agressivitat verbal contra les forces

nacionalistes. Menyspreant Eusko Alkartasuna, al qual sens dubte s'agraeix la divisió que col·loca els socialistes en tan bona posició, el PSOE centra els seus atacs en el PNB i tracta de fulminar HB. Atacs, però, menys feridors del que pareixen: al cap i a la fi, el pacte de legislatura funcionarà, durant vint mesos, fins i tot millor que el mateix PSOE s'esperava.

Diuen, els líders socialistes, que ja n'hi ha prou d'acusar de tot el govern central. Diuen, amb la bandera espanyola inclosa als seus cartells al costat de la basca, que Euskaki no té lloc al món fora d'Espanya, i que hi ha por. I diuen, especialment als nuclis d'immigració en què basen la seua campanya i les seues esperances, que el nacionalisme perjudica i discrimina els treballadors. «Com més nacionalista és un basc, menys basc és», deia el ministre **Maravall** a Irun, en un míting festa amenitzat per l'Orquestra Plateria i el grup Objetivo Birmania.

180 milions assegura el PSOE que li costarà aquesta campanya. Mítings grans i petits, incidint especialment en zones no bascofones, passeigs per places i mercats i repartiments de roses en són alguns ingredients, tots ells rodejats d'àmplies mesures de seguretat.

Molta publicitat, en mitjans de comunicació i al carrer, i poc treball o iniciatives de la militància. L'aparell central del partit s'ocupa que tot vaja bé. Tant que, per exemple, el miting de dissabte 22 a Sant Sebastià comptà amb la presència d'un autobús de militants socialistes de Torrent, acomboiats per les Joventuts Socialistes del poble.

### El candidat-víctima

«Si Ardanza avançà la data d'eleccions amb tanta pressa fou, precisament, per tal de no deixar-nos temps per a donar a conèixer el partit», diuen els responsables de campanya d'Eusko Alkartasuna. Els seus poc més de cent milions de pessetes —això diuen, tot i que corre la brama que són molts més—, obtinguts mitjançant préstecs personals d'afiliats, caixes d'estalvis i el Banc Guipuscoà, serviren, doncs, per fer una campanya fortament personalista.

Més que cap. Segons un dels caps de campanya, «el problema és que molta gent no identifica encara la imatge de **Garaikoetxea**, conegudíssima, amb les sigles del nou partit». La fulla de roure «de disseny avantguardista», segons ell, amb els colors de la *ikurrina* i les sigles EA al mig, acompanya per tot Euskadi la foto del líder.

Eusko Alkartasuna, ben al contrari del PNB, compta amb la més absoluta ignorància, esguitada d'atacs, per part dels mitjans de comunicació dependents del PNB i el seu govern. «L'única manera que tenim perquè ens facen cas és, doncs, generar informació que siga notícia per ella mateixa, més enllà dels actes electorals pròpiament dits. Per això, s'acceptà el debat amb Herri Batasuna, que creà tanta expectació, o participà Garaikoetxea en la protesta pública davant del palau d'Ajuria Enea... i per això tractem de provocar les altres forces polítiques, fer que ens contesten, que parlen de nosaltres, ni que siga malament. Si més no, serveix per a donar-nos a conèixer».

A banda aquestes accions, però, Eusko Alkartasuna està duent a terme, des del dia 15, una fortíssima campanya gràfica. Tanques, cartells, octavilles, tríptics, anuncis en premsa a tota plana... milers de somrients Garaikoetxees, amb fulles de roure, que omplien els carrers de pobles i ciutats. «Sobretot a les zones on tenim més militància, perquè la nostra és una militància activa, que treballa com cap. Potser per això es nota més la nostra presència a Guipúscoa i a Àlaba...».

«Lo pide Euskadi» és, al costat de la foto del líder, la frase que més crida l'atenció dels cartells. Segons els organitzadors de la campanya, el que demana Euskadi és «un nacionalisme modern, radical, però pragmàtic». El que es desprèn dels cartells, però, és que Euskadi demana **Garaikoetxea**. De moment, és una incògnita. La més forta d'aquestes eleccions. Si no fos per EA, ni tan sols s'haurien convocat. Si no fos per EA, l'hegemonia nacionalista no estaria en perill. Des dels àmbits menys conservadors, aquesta campanya ha estat irònicament considerada massa presidencialista, «amb un estil que difícilment quallarà a Euskadi». La culpa, potser, és d'alguns dels assessors de Garaikoetxea, com **Pablo Sebastián**, ex-director d'*Interviu*, ex-director de la campanya d'imatge de **Suárez** en les darreres legislatives. Segons els militants d'EA que treballen en la campanya, aquest periodista cordovès «no coneix el país, i això és perillós...»

Els mitings, amb un estil molt similar al del PNB —no pot ser d'altra manera— són també bilingües. Però allí, que hi estan més acostumats, no s'estranyen en sentir un orador començar a parlar en èuscar, i, de sobte, a mitjan frase, passar-se al castellà.

L'himne que canten, després que Garaikoetxea (sobretot) o l'orador principal, si *ell* no hi és, faci un discurs abrandat atacant el PNB, el pacte de legislatura, el govern espanyol i la violència, és el mateix que canten els nacionalistes del PNB: el «Gora ta gora». A mesura que avança la campanya, creix l'optimisme i s'agreugen, també, els atacs verbals. I un fet: a mesura que es va identificant la imatge de Garaikoetxea amb Eusko Alkartasuna, els sondeigs pre-electorals els van sent més positius. La incògnita, però, perdura.

### Els radicals, més moderats

Herri Batasuna, que ha començat en aquesta campanya a plantejar-se ambigüament una hipotètica participació en les institucions autonòmiques, opta per una campanya barata, imaginativa i despersonalitzada. Pot-

ser per força, estil assembleari a banda: cap dels seus dirigents més reconeguts —**Jon Idígoras, Inaki Esnaola, Txomin Ziluaga, Itziar Aizpurúa...**— no tenen, fins i tot per als seus afiliats i simpatitzants, una imatge consolidada. Per dir-ho d'alguna manera, són molt menys «moderns» que el missatge que trasmeten, i aquesta pot ser una dada important per a un partit que compta amb un fort ingredient de vot juvenil.

La campanya d'HB, que assegura comptar amb 35 milions procedents de préstecs d'entitats d'estalvi i de col·laboracions de militants, tracta de



J. A. MIRANDA

suplir una infraestructura publicitària amb una forta presència al carrer. Són els únics, per ara, que han fet festes-miting en places i carrers, amb música, esports tradicionals, teatre, vídeo i parlaments. La força de treball, fins ara, són exclusivament els militants. Xerrades i mitings estrictes, a banda de manifestacions com aquella celebrada el 25 d'octubre a Bilbao —per la negociació— són alguns altres dels instruments de la campanya, centrada en l'exigència que l'estat iniciï negociacions amb ETA a fi de pactar la pau.

Però no és la negociació, malgrat tot, l'únic missatge d'HB. «Volem ser legalment això que ja som realment: una nació», diuen els anuncis publicats en premsa. El to general de la campanya és suau. Massa suau, segons alguns, que consideren que els cartells

més difosos, amb la fotografia d'una colla de gent demanant el vot —gent «diversa»: joves, vells, treballadors, camperols, professionals...— pareix quasi un anunci d'una caixa d'estalvis.

HB, mitjançant els seus dirigents, ha oferit pràcticament a tota la resta de partits entrar en debats públics com el que acceptà **Garaikoetxea**. HB, aquesta vegada, ha triat una imatge dialogant, per tal de contrarestar els quasi unànims atacs de la resta de forces, que fan identificar l'organització política amb ETA.

Una de les formes de presència al carrer més efectives d'HB, a manca



A l'esquerra, **Bandrés** i **Onaindia**. A la dreta, **Inaki Etxeola**.

ques, se centra a participar d'una per totes en un hipotètic govern de coalició, mitjançant pactes o acords.

D'ací ve l'«ara» del seu lema. Una campanya, al cap i a la fi, discreta. Sense més estridències que les provocades —amb distints valoració i resultat segons l'espectador— per les abundants declaracions dels seus líders a la premsa. **Mario Onaindia**, per exemple. L'amable posició que, en definitiva, EE ha adoptat amb el PSOE —mútua-ment mantinguda— i els seus durs atacs al nacionalisme moderat i radical, situant-se «a banda», han motivat agres acusacions de col·laboracionisme amb el partit en el govern, refusades pels líders d'EE. La presència al carrer, malgrat l'esforç dels militants, és comparativament escassa.

### **Bascos, espanyols, europeus**

Coalició Popular presenta per a *lehendakari*, és obvi que sense esperances, un **Julen Guimón** de vacil·lant trajectòria política. El seu lema, «Bascos, espanyols, europeus», reforçat amb les paraules «Concòrdia, seguretat, benestar», no ha cridat excessivament l'atenció. Malgrat els 50 milions amb què asseguren comptar, i la sempre curiosa participació d'un **Manuel Fraga** cada vegada més insegur en la campanya, CP (amb el Partit Liberal) no aconsegueix fer-se un lloc al carrer. Fent campanya per les casernes de la Guàrdia Civil, o bé inaugurant seus en localitats conservadores i no bascofones, els líders de la Coalició Popular no aconsegueixen

més ressò que l'obligat que els atorga la premsa.

La clientela, discretíssima pel que fa a manifestar-se públicament, és fidel. Potser tan sols el CDS de **Suárez**, que irromp amb aires triomfadors, podria llevar-li vots. La presència gràfica del partit suarista, que presenta l'alabès **Jesús Viana** a *lehendakari*, és ampla. El seu lema, tanmateix, resulta xocant: «Vamos a centrarnos». 70 milions, segons ells mateixos, els fan costat. Des del punt de vista nacionalista, estranyament, el CDS ataca el retrocés autonòmic imposat pel govern de Madrid, recordant encara els anys de la transició, quan, segons diuen, **Suárez** donà més llibertat a les autonomies que no ara el PSOE. Regats com Coalició Popular dels enfrontaments entre els cinc partits majoritaris, i en bona part de l'atenció dels mitjans de comunicació, tracten de jugar al màxim amb l'interès que desvetla la figura del seu líder, dedicat quasi en exclusiva a passejar-se per Euskadi durant els dies de la campanya. Ells, amb una militància reduïda, quasi exclusivament alabesa, són la petita incògnita.

I l'últim de la fila, en aquesta cursa, és Izquierda Unida («Ezker Batua»). La seua presència, involuntàriament en solitari, no passa de testimonial. Amb una infima presència al carrer, reduïda tan sols a les zones industrials —allí majoritàriament socialistes— IU està fent una campanya quasi de compromís, també amb la presència del líder Gerardo Iglesias. «Gora Euskadi-Hace Falta» i «Per una Euskadi de tots» són els dos lemes principals. L'anagrama habitual, sense rostres, centra la imatge dels cartells. Les expectatives són inevitablement reduïdes. Els amargs reptes a Euskadiko Ezkerra, per no haver admès un pacte, són sentits però discrets. Aquesta no és la seua guerra, semblen reconèixer tàcitament.

La campanya institucional demanant el vot, amb el lema «Euskadi necessita el teu vot» ha ocasionat, ja, les primeres polèmiques. Els cartells del govern autònom, sospitosament col·locats en molts punts al costat dels del Partit Nacionalista Basc, representen el mapa de la comunitat autònoma, pintat en els tres colors de la ikurrina. I coincideixen, en el temps i l'espai, amb una campanya publicitària del mateix govern insistint en els seus èxits. En això, a diferència d'altres coses, les campanyes a Euskadi no són tan diferents. □

de diners per pagar-se tanques, són els enfilalls de banderes que els seus militants han col·locat, ja, als principals carrers de pobles i ciutats.

### **EE: Bandrés, ara**

**Juan Mari Bandrés**, dempeus davant un paisatge marí, reclama el vot per a Euskadiko Ezkerra des dels cartells i tanques col·locats pel seu partit. «La teua raó, ara», o, tan sols, la paraula «ara» («orain») són el seu lema. Amb uns 33 milions de pessetes i l'esforç dels militants, mitjançant la polèmica i l'aparició en premsa més que no els grans actes públics, Euskadiko Ezkerra ha optat per fi per fer campanya en solitari, refusant les propostes d'Izquierda Unida. La seua aspiració, augmentar el nombre de diputats —sis— aconseguits en les últimes autonòmi-