



Eduardo Zaplana, vist per la premsa

Un informe a partir de l'anàlisi de la figura de Zaplana en els mitjans de comunicació revela que els "castigats" per Presidència no són més crítics amb ell. L'oposició ha criticat que s'haja finançat aquest estudi amb els diners públics.

"La imatge que el president ha emès, i la premsa ha reflectit, és que està més preocupat pel poder i la política, que per la resta de qüestions que afecten més directament i preocupen el ciutadà". Aquesta és una de les conclusions que es deriven de l'anàlisi de 37 mitjans de comunicació en el període que va del 4 de juliol de 1995 i el 15 de febrer de 1996. Un estudi que el Consell va encarregar a l'equip del sociòleg Salvador Badia i que *Levante-EMV* descobria per primera vegada la setmana passada. Badia va utilitzar en aquest estudi 4.998 articles que es recullen en l'"Índex exhaustiu de notícies referides i/o produïdes pel president" de la base de dades Sybila.

Per als antics, les sibil·les eren les dones, habitualment sacerdoesses verges, que tenien la gràcia, concedida per Apol·lo, de poder predir el futur. La Sybila que ens ocupa –informàtica i virtual com a bona deessa contemporània que és– parla en clau. Com els antics oracles, cal escoltar-la i interpretar-la. Aquesta era la feina que va ser encarregada a Salvador Badia. Cal ser un heroi per dividir 4.998 entrades en positives o negatives per al president i, encara més, analitzar qui li dedica portada, qui el critica en articles d'opinió i quants centímetres quadrats d'informació parlen d'ell.

El primer dels obstacles que es va trobar Badia fou la mateixa

Sybila. Així ho reconeix en l'estudi: "Sybila se centra a recollir de forma exhaustiva qualsevol referència al president, però no facilita informació que permeti un estudi comparatiu. Els continguts referents a altres persones es fan de forma ocasional o per cir-



EL TEMPS va dedicar una portada a Zaplana el gener de 1996. Aquest fet no apareix reflectit en l'estudi.

cumstàncies en què intervé el president. Així, per exemple, les referències a Lerma no es fan pel mateix Lerma sinó perquè participa en un o altre acte. D'aquesta forma no es pot comparar el tracte que la premsa dona a cadascun. L'estudi del president forçosament ha de ser endogen".

Malgrat aquesta dificultat, Badia s'hi posa i troba evidències força sorprenents. Dels 17 mit-

jans escrits que parlen sovint de Zaplana, s'analitzen 2.530 informacions, de les quals un 67% fa una avaluació positiva de Presidència. Només un mitjà, l'edició comarcal de la Ribera de *Levante*, trau més notícies negatives que positives sobre Zaplana. Només EL TEMPS és equànime: quatre de positives i quatre de negatives. La resta de mitjans donen més informacions positives que negatives sobre Zaplana.

El més benèvol amb el president és *El Periódico de Catalunya*, amb un 93% d'informacions positives. El segueixen *Castellón Diario* (89%), *Hoy* (85%), *Mediterráneo* (79%), *Abc* (76%) i *Las Provincias* (76%). Cal recordar que el grup Zeta, editor d'*El Periódico*, va ser també qui va publicar uns mesos abans de les eleccions autonòmiques el llibre *Eduardo Zaplana, un liberal para el cambio*.

Una llista amb noms i cognoms. Badia va encara més lluny i afegeix a l'estudi una llista dels 25 "autors" que apareixen amb major freqüència, i indica quants articles n'han fet i quants n'hi ha de negatius i quants de positius. De les 25 signatures analitzades –entre les quals també hi ha les de *Redacció* o *Agències*– només quatre tenen més articles negatius que positius: són J. J. García Gómez, Josep Torrent i J. J. Pérez Benlloch, del *Levante-EMV*, i M. Olivares,

d'*El País*. Tant el portaveu del PSOE, Antonio Moreno, com la representant d'Esquerra Unida, Glòria Marcos, han interpretat que aquesta llista que paguen els diners dels contribuents és un pas previ a les llistes negres de periodistes. Marcos va recordar que dos responsables polítics del PP en Ràdio 9 ja van intentar la creació d'una llista negra de periodistes. Fins i tot, els socis de govern del PP, els regionalistes d'Unió Valenciana, han demanat que s'invertisquen els diners en altra cosa més productiva que "la simpatia, el talent o la imatge del president".

Altra cosa és el rigor del treball que, potser perquè la Sybilla és incompleta o potser perquè el buidatge no ha estat ben fet, oblidada coses. Sense anar més lluny, EL TEMPS va dedicar una portada a Zaplana el 22 de gener de 1996 que no apareix en el document de Badia.

Retrat mediàtic del president. Les conclusions més significatives que Badia extrau de la Sybilla són, però, les que es refereixen a la imatge d'Eduardo Zaplana. Són aquestes les que reflecteixen els dèficits més importants de la Direcció General de Mitjans de Comunicació que encapçala Genoveva Reig.

Badia analitza les qualitats que la premsa atribueix al president: Zaplana és, segons els papers, obert i dialogant. Aquestes dues característiques són les que més apareixen en el conjunt dels registres amb contingut. Però només representen un 0,35%. Les dades biogràfiques (0,19%) i la diversió i l'oci (0,11%) són els altres valors personals que destaquen sobre la resta. A partir d'ací, els percentatges són pràcticament insignificants: un 0,07% és l'espai que la premsa dóna a la relació de Zaplana amb la seua dona i al seu caràcter tolerant, prudent i respectuós. A més d'aquests baixos percentatges, l'interpret de la Sybilla, apunta que "temes fonamentals per a la projecció d'imatge d'un home de govern no han estat emesos". I en destaca uns quants: "els que

fan referència a la salut i a altres de tipus fisiològic; el de ser un home segur, emprenedor, original i independent; els que fan referència a la moralitat o ètica de l'home públic o als valors de la família...". Tots aquests no apareixen ni una vegada. D'aspectes negatius, només hi apareixen dos que fan referència a dades biogràfiques i només ocupen un 0,07%: la seua relació amb les cintes del cas Naseiro i les ironies sobre el semblant alegre de Zaplana, la seua vida social, l'actitud davant del treball...

Pel que fa als temes referents a la gestió, l'anàlisi de les 1.689 freqüències positives, dóna com a resultat que un 48% corresponen a temes agrupats dins l'àrea "Govern" i "Poder" davant un 25% sobre "Estat del Benestar". Aquest menor percentatge seria

**En set mesos,
la premsa recull 29
opinions de Zaplana
sobre temes
financers i cap
d'estalvi familiar.
Parla 64 vegades de
patronal i empresaris
i 11 de sindicats.**

suficient però amaga diversos conceptes que allunyen el president del ciutadà: "Si ens endinsem -diu l'estudi- en detalls menors apreciarem que del tema d'estalvi familiar no s'obté cap registre, mentre que de temes financers hi ha 29; els relacionats amb empresaris i la patronal, 64 i amb els sindicats, 11 i dels referents a ocupació i atur només hi ha 22, a jubilació i a pensions, 3 i a prestacions socials, 2". Tot això fa concloure al responsable de l'estudi que "la imatge projectada de la institució presidencial que encarna Eduardo Zaplana, ho ha estat de manera que pareix



ARXIU / LEVANTE-EMV

Genoveva Reig.
Directora general de Mitjans de Comunicació i responsable de la imatge de Zaplana.

haver estat més preocupada per l'ocupació de poder, que per servir el ciutadà". Això és un colpe fort a la feina feta per Genoveva Reig des de la seua direcció general. El mateix estudi incideix: "Del que s'ha dit sembla recomanable revisar els criteris de projecció d'imatge del president tant en els aspectes que afecten els valors personals com als temes al·lusius a la seua gestió".

La nostra Sybilla contemporània no prediu el futur. Però les interpretacions que se n'extrauen haurien de servir, si més no als que tenen el poder, per canviar el futur en el seu benefici: és a dir, millorar la imatge del president. Però la revisió del pacte del pollastre (pacte entre PP i UV), els criteris economicistes i l'absència de declaracions "socials" continuen amagant què hi ha realment sota el somriure del president. Mentrestant, els despatxos de la Direcció General de Mitjans de Comunicació continuen marginant publicitàriament mitjans concrets com *Levante*, *Información* o *EL TEMPS*. Tot això malgrat que, segons l'estudi encarregat pel Consell, la gran majoria d'informacions són positives per a Presidència.

Àlex Milian