



La cara més propagada

Jaume Matas vol guanyar les eleccions a base d'un desplegament propagandístic aclaparador. La cara de Matas és a les tanques, als mitjans de comunicació, als cartells i, fins i tot, a les fotos dedicades enviades als electors. L'oposició pareix esvaïda.

"Mai no havia vist una campanya com aquesta, amb una presència tan abusiva als mitjans del candidat del partit governant. La cosa pitjor no és tant que hi surti pertot arreu, constantment i per qualsevol cosa, sinó la pràctica desaparició dels altres candidats..." Qui així s'expressa és el sociòleg Antoni Tarabini, analista privilegiat de la realitat política balear, per la seva condició professional al davant d'un centre d'estudis sociològics.

No és l'únic que opina d'a-

questa manera, tot i que sí que és l'únic que ens permet d'esmentar el seu nom.

Un membre del PSIB, preocupat perquè la imatge pública del candidat socialista a la presidència del govern balear, Francesc Antich, sigui més coneguda, explicà a aquest setmanari el següent episodi: "El dia que va venir a Palma Almunia vaig dir a Antich: aferra-t'hi, perquè, si no, a poques fotos apareixeràs..." La majoria de les fotos publicades de la visita d'Almunia a Palma (el dia 14 de maig, el mateix dia de

la sortida d'en Borrell) mostren el secretari general del PSOE, però no Antich, i a les poques que hi apareixia, era en un pla secundari.

Anècdotes per l'estil d'aquesta, les compten a Palma els membres dels equips de comunicació de totes les candidatures de l'oposició: PSIB, PSM, UM i EU-Els Verds. Tots estan convençuts de trobar-se enmig d'una ofegosa ofensiva d'imatge i de propaganda del candidat-president, Jaume Matas.

La preocupació de l'oposició

ha arribat fins i tot al Parlament. Durant un plenari, en el qual se suscità l'obsessió de Matas per la imatge, la presidenta d'UM, Maria Antònia Munar, parlà de Javier Mato com del "veritable president de les Balears" (una referència a qui tota l'oposició en bloc assenyala com el cervell de l'estratègia mediàtica de Matas). Mato és el cap del Gabinet de Relacions Informatives del govern balear, l'estratèg de tot el desplegament propagandístic de Matas, i és sobre seu que se centren les ires de l'oposició. Se suposa que Mato té un control exhaustiu de la imatge pública del president-candidat, fins al punt d'atribuir-li pressions de tota casta per afavorir els interessos presidencials, fins al més mínim detall. El full informatiu del 25 de març d'enguany del Sindicat Autòmic de Treballadors i Treballadores d'Estalvi de les Illes (SATTEI), referint-se a un estudi publicat sobre la pobresa a les Balears, que contradiu amb contundència la tesi de Matas que les Balears són gairebé un paradís, diu: "La reacció del Consolat de Mar [*seu del govern insular*] va ser histriònica i histèrica: els assessors de Matas, en especial el *propagobels* del president, Javier Mato, tenien una porada que l'oposició utilitzàs la informació (...). Hi va haver moltes corregudes, nervis i pressions..."

Però no és només la presència de Matas als mitjans que preocupa l'oposició. El diputat socialista Antoni Dièguez, en unes quantes intervencions en el ple del Parlament, ha acusat el president i el seu servei de "propaganda" de fer un ús abusiu dels doblers públics, perquè el president s'ha anat fotografiant, a cada visita oficial als pobles de Mallorca, amb milers de ciutadans individualment, els quals reben després la imatge amb una dedicatòria. Aquesta pràctica, que l'oposició no dubta a considerar "electoralista" va ser explicada a EL TEMPS per un batlle, d'esquerres, que va rebre la visita presidencial al seu poble: "Visità tots els col·lectius, totes les boti-

Els candidats en imatges



Jaume Matas. Francesc Antich. M. A. Munar. Pere Sampol. E. Groske.

El PSIB fa un estudi que compara el temps d'aparició als informatius de televisió (tant de TVE-Balears com de les dues televisions d'àmbit insular) dels candidats. Fonts d'aquest partit asseguren que, si bé encara són al principi de l'estudi, la desproporció és enorme en favor del candidat del PP, Jaume Matas.

Fan notar també que, gràcies a les visites a Palma de José Bono (dia 8) i de Joaquín Almunia (dia 14), el minutatge del candidat socialista, Francesc Antich, va augmentar conjunturalment. La part de l'estudi que ha pogut consultar aquest setmanari destaca els informatius del 12 de maig, durant els quals Matas va aparèixer en pantalla més de 9 minuts, i Francesc Antich no arribà ni a 4. La resta de candidats, Pere Sampol (PSM), Maria Antònia Munar (UM) i Eberhard Grosske (EU-Els Verds), no tenen ni un segon. Cal fer notar que, per tenir-ne una idea exacta haurem d'esperar a tenir els resultats globals de tots els dies de pre-campanya i campanya.

Pel que fa a la imatge dels candidats a la premsa de Palma (sense comptar-hi els suplementos dominicals), aquest setmanari ha pogut constatar que entre el 10 i el 17 de maig, la foto de Matas va aparèixer 37 vegades i la d'Antich, 15 (quatre de les quals en un context negatiu per als interessos del PSIB); la imatge de Maria Antònia Munar (UM) es publicà cinc vegades, i les de Pere Sampol (PSM) i Eberhard Grosske (EU-Els Verds) només quatre. **M. P.**

gues, les empreses... A cada empresa el servei de protocol presidencial posava en fila els treballadors i Matas els saludava a velocitat supersònica alhora que un fotògraf disparava la màquina per immortalitzar el moment amb la foto corresponent. Demanaven noms i adreces a la gent i uns dies després rebien la foto presidencial dedicada. Quan notava un ambient hostil, tallava en sec i se n'anava a un altre lloc. I així durant gairebé tot el dia. Jo calcul que almanco la meitat del cens electoral del poble deu tenir una foto dedicada del president..."

L'oposició està convençuda de l'existència d'una "dictadura mediàtica" de Matas, que persegueix un objectiu clar: que la seva imatge arribi, com sigui, a la majoria dels votants, i d'una manera desproporcionada respecte a la dels altres candidats. Com assenyala

el sociòleg Tarabini, en la nostra societat és fonamental la imatge. "Si un candidat, pel mètode que sigui, aconsegueix no solament de fer-hi la seva presència constant, sinó pràcticament de fer desaparèixer la de la competència, les seves possibilitats són més altes". Les esperances oposidores es dipositen en allò que ja comencen a anomenar l'efecte *fotoboomerang*, és a dir que la presència ofegadora de la foto de Matas provoqui un efecte de rebuig. És clar que, com recorda el sociòleg, "la majoria de la gent no s'adona de què hi ha darrere aquesta campanya, només veuen en Matas, i quasi gens els altres candidats. Però en Matas corre un risc: personalitzar tant implica que, si guanya, perfecte; però, si no té majoria absoluta, només ell serà el perdedor".

Miquel Payeras