

On és la ideologia?

Direcció, administració, publicitat i vendes:
Octubre Centre de Cultura Contemporània.
Carrer de Sant Ferran, 12. 46001 València.
Telèfon: 963 535 100. Fax: 963 155 165.
Redacció de Barcelona: Rambla de Catalunya, 121,
1-2, esc. esquerra. 08008-Barcelona.
Telèfon: 932 384 262. Fax: 932 384 263.
Redacció de Palma: Carrer de l'Almudaina, 8 entresòl-
dreta. 07001-Palma de Mallorca.
Telèfon i Fax: 971 720 763.
Adreça d'Internet:
<http://www.eltemps.cat>
Correu electrònic: eltemps@eltemps.net
Subscripcions: 902 131 025.
subscripcions@eltemps.net

Edita: Edicions del País Valencià, SA.
Editor: Eliseu Climent.

Director: Alex Milián.
Coordinador: Jaume Monzó.
Redacció de València: Núria Cadenes, Víctor Maceda,
Violeta Tena, Jesús Prats (*documentació*) i Rosa Serrano
(*fotografia*).
Redacció de Barcelona: Enric Rimbau (*cap de redac-
ció*), Gemma Aguilera, Lluís Bonada, Xevi Camprubi i
Gemma Morales (*secretària de redacció*).
Redacció de Palma: Miquel Payeras.
Producció: Jordi Badia (*correcció lingüística*), Toni
Payà (*escàner i portada*), Vanessa Prieto (*maquetació
i gràfics*).
Rúbriques: Francesc-Marc Alvaro, Sebastià Alzamora,
Oriol Amat, Joan-Anton Benach, Xavier Bru de Sala,
Toni Canyis, Muriel Casals, Josep M. Colomer, Agustí
Colomines, Martí Domínguez, Fabià Estapé, Jaume
Fàbrega, Llibert Ferri, Josep Gifreu, Alex Gorina,
Manuel S. Jardí, Alfons Llorenç, Julio A. Mañez, Glòria
Marcos, Joan Marí, Pere Martí, Ricard Mas, Andreu
Mas-Colell, Joan F. Mira, Joan Nebot, J. J. Pérez
Benlloch, Roger Palà, Marta Pessarrodona, Pilar Rahola,
Josep Ramoneda, Jordi Riba, Ferran Sàez Mateu, Joan
de Sagarra, Francesc Sanuy, Jordi Solà, Josep Maria
Terricabras, Ramon Tremosa, Vicenç Villatoro, Xavier
Vinader.

Corresponsals: Tomàs Alcoverro (*Beirut*), Mònica Bernabé
(*Kabul*), Pau Borri (*Belgrad*), Natàlia Boronat (*Moscow*),
Jordi Carreras (*Nova York*), Ferran Casas (*Madrid*), Macià
Claramunt (*Castelló*), Miriam Díez (*Ciutat del Vaticà*),
Joan Lluís Ferrer (*Eivissa*), Carla Fibla (*Rabat*), Ricard
González (*Washington*), Joan Antoni Guerrero (*Andorra*),
Pere Habet (*Catalunya Nord*), Victòria Jiménez (*Londres*),
Carles Marqués (*Menorca*), Octavi Martí (*París*), Iris Mir
(*Pequin*), Jordi Miró (*Brussel·les*), Jordi Mumbrió (*Roma*),
Federico Rivas (*Buenos Aires*), Anna Sàez (*Lleida*), A. V.
Santamaria (*Alacant*), Gemma C. Serra (*Berlin*).

Col·laboradors: Albert Aguilera, Laura de Andrés,
Albert Balanzà, Oriol Bohigas, Miquel Calvet, Violeta
Camarasa, Joan Canela, Alexandre Carbó, Borja Català,
Antoni Castel, Alfons Cervera, Eliseu T. Climent, Joan
Colomer, Joan Corbera, Oriol Cortacans, Martí Crespo,
Miquel Àngel Díaz, Daniel Díez Esculies, Júlia Esbert,
Enric Faura, Laia Fernández, Carles Gàmez, David
Garrido, Roser Gasol, Salva Giménez, Pere Gimferrer,
Dani Gómez (*País Basc*), Andreu Gomila, Gani Jakupi,
Maite Insa, Josep Enric Llebot, Roger Mateos, Rossanna
Melà, Joan M. Olcaque, Pelai Pagès, Óscar Palau, Cèsar
Palazuelos, Juli Peretó, Carles Pont, Cristina Simon,
Lluç Soler, Eva Tarragona, Jordi Tejel, Sergi Vicente.

Assessor editorial: Salvador Cot.

Traductors: Guillem Soler (*alemany, anglès i francès*).

Col·laboradors gràfics: ACN, Agència Efe, Tina Bagué,
Joan Celià, Fer, Rafa Gil, José Luis Iniesta, Vicente A.
Jiménez, Salvador Llosà, Glòria Matamala, Jordi Play.

Disseny: Vanessa Prieto.

Disseny de la capçalera: Enric Satué.

Foto de la portada: Jordi Play.

Publicitat i promoció: Salva Martínez (València).
Tel.: 963 535 100. Gemma Garrido i Eva Hernández
(Barcelona). Tel.: 932 384 262. Margalida Mateu
(Palma). Tel.: 971 720 763
Subscripcions: Susanna Alacreu
Administració: Pilar Martí, Assumpció Palau i Quica
Sena.

Fotomecànica i impressió: Signo Gráfico S.L.
Alboraya (Horta).
Dipòsit legal: V-853-1984.

*Cap part d'aquesta publicació no pot ser reproduïda per cap
mitjà: mecànic, fotoquímic, electroòptic, magnètic, de fotocòpia,
ni de cap altra mena, sense permís de l'editor.*

Al final d'aquesta campanya electoral en què estem immersos, els ciutadans haurem sentit menys propostes programàtiques que mai, més ofertes de diners del que és normal –i sensat– i algunes bestieses mal dissimulades sota expressions *políticament correctes* (sobretot pel que fa a immigració i política hidrològica). Els debats soporífers i superficials Rajoy - Rodríguez Zapatero només hauran beneficiat el bipartidisme. Tot i que les previsions indiquen que cap d'aquests dos candidats no tindrà la majoria absoluta –i, per tant, són els partits frontissa que tenen més a dir i que cal escoltar amb més atenció–, els mitjans de comunicació, siguin televisions o no, centren gran part de la informació política al voltant del cara a cara televisiu (cal felicitar TV3 per haver-ne estat l'excepció). La conseqüència és un empobriment de les propostes polítiques, una dissolució del discurs ideològic i l'extensió de la grisor.

Tant el candidat del PSOE com el del PP volen convèncer els indecisos –que imaginem com una massa homogènia que acabarà tombant-se en bloc per decidir el resultat final– i tots dos dissimulen la seua veritable ideologia. Rajoy mira de semblar un corderet que no ha trencat mai cap plat –Zaplana, Acebes i companyia fan com si no hi foren– i Zapatero fa de capellà laic donant lliçons morals (sobre diàleg, tarannà i compromís) per atraure el centre-dreta que no escolta els bisbes.

La resta de partits, conscients que aquesta bipolarització de la política els perjudica, també es troben arrossegats a començar la campanya mesos abans de la data oficial. No tan sols amb imaginació i nous recursos –internet ofereix moltes possibilitats, però encara no se sap quina influència real acabarà tenint a casa nostra–, sinó també amb estratègies publicitàries molt cares que comencen molt abans dels quinze dies de campanya.

Aquesta eternització de la campanya té dues conseqüències negatives. La primera és que tota acció política és *electoralista* mesos abans de la cita amb les urnes. També l'acció de govern és –o pot ser jutjada com a– electoralista en el període de precampanya (però tots els partits ho han assumit i practiquen aquestes estratègies). Tot plegat reforça l'esmentada dissolució del discurs ideològic dels partits.

La segona conseqüència és que afebleix econòmicament les formacions polítiques –que són una de les bases del nostre sistema democràtic. La seua principal despesa és la campanya (i ara la precampanya). És cert que tenen finançament públic (que el 2008, a l'estat espanyol, serà de 82,1 milions d'euros), però l'encariment de les despeses de precampanya els endeuta o els hipoteca amb donants privats. I, novament, això els dilueix el discurs polític.



Als nostres lectors

Les eleccions espanyoles ja són aquí. Hem entrevistat tots els caps de llista que s'han deixat entrevistar (alguns altres no hi són perquè no van trobar un moment a l'agenda) i us fem un recordatori d'aquelles coses que ens afecten molt directament i que el pròxim govern espanyol haurà de decidir, executar o suspendre: el TGV Barcelona-València, l'Estatut, el finançament...

Però la portada l'hem reservada a un tema econòmic i polèmic: els bancs i les caixes d'estalvis estan a mata-degolla. Els primers es miren les segones com una competència deslleial i odien la bona imatge que mantenen gràcies a l'obra social. Les caixes lluiten per fagocitar-ne unes altres, mantenir-se independents o contraatacar comprant bancs.

Alex Milián
amilian@eltemps.net