

12/01/2018

Las políticas de Comunicación en las democracias mediatizadas.



Un artículo de profesores de la UAB y la UB analiza las relaciones entre gobiernos y medios de comunicación en las democracias occidentales a partir de un caso muy particular: la última legislatura de Jordi Pujol como presidente de la Generalitat de Catalunya (1999-2003).

iStockPhoto: rudall30

Durante los años 1999-2003, Jordi Pujol tuvo que gestionar una situación política muy compleja. Por un lado, gobernaba en minoría en Catalunya con el apoyo parlamentario del Partido Popular. A cambio, el PP gobernaba con mayoría absoluta el Estado con una agenda recentralizadora contraria a los intereses de CiU. Esto hizo que la gestión de su comunicación política fuese muy compleja, tanto por su debilidad institucional como por las contradicciones en el eje nacional inherentes al pacto con Jose María Aznar.

En este contexto, Pujol decidió dejar la política activa y nombrar un sucesor, que habría de enfrentarse a un candidato del PSC muy competitivo: el socialista Pasqual Maragall. La victoria en votos del PSC en las elecciones de 1999 funcionó como detonante del proceso de sucesión de Pujol, que aceleró y controló personalmente. Las dificultades de Convergència i Unió se pueden observar en el hecho de que el partido perdía el gobierno de la Generalitat después de 23 años a raíz de los resultados de las elecciones al Parlament de 2003.

En este contexto, el Gobierno de Pujol desplegó unas políticas de comunicación singulares

marcadas por dos factores. Por un lado, la necesidad de construir una imagen de líder político de un muy poco conocido Artur Mas y su lanzamiento como sucesor en tanto que candidato a las elecciones de 2003. Por otro lado, la necesidad de reordenar el sistema mediático catalán en un momento de transformaciones y de digitalización: crisis de la prensa escrita, creación de radios privadas, ampliación de canales de TV3 y creación de una televisión privada digital. El artículo demuestra como los dos factores se entrecruzaron, colocando delante los intereses del partido a la hora de gestionar los cambios en el sistema mediático. El resultado fueron unas políticas que favorecieron actores mediáticos cercanos a CiU o a sus líderes (especialmente el Grupo Godó, editor de *La Vanguardia*).

Con este comportamiento, el último gobierno de Jordi Pujol mostró un fuerte carácter interventor sobre el sistema de medios mezclado con una voluntad de contar con altavoces mediáticos que ayudasen a difundir su mensaje político y, más en general, satisfacer sus necesidades comunicativas. De este modo, el ejecutivo nacionalista catalán actuó de manera muy similar a la común al conjunto del Estado Español y otros países del Sur de Europa, tal como muestran diversos estudios comparativos internacionales.

Josep Àngel Guimerà i Orts
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universidad Autónoma de Barcelona
JosepAngel.Guimera@uab.cat

Paola Lo Cascio
Departamento de Historia Contemporánea
Universidad de Barcelona
paolalocascio@ub.edu

[View low-bandwidth version](#)