

Una gran campaña de 'agitprop'

ENRIC COMPANY

EL PAÍS - 15-12-2009

La campaña de *agitprop* lanzada a principios de verano por sectores extraparlamentarios del independentismo catalán ha desbordado a Esquerra Republicana (ERC) y a Convergència Democràtica (CDC) y ésta es una de las principales consecuencias a extraer de la mal llamada jornada de consultas del domingo. En el campo del nacionalismo catalán hay más de lo que estos dos partidos abarcan.

El líder de ERC, Joan Puigcercós, ha hecho todo lo que ha podido para encabezar y canalizar hacia sus redes el potencial electoral que esa movilización supone para el futuro inmediato. Convergència i Unió (CiU) se ha refugiado en la ambigüedad, poniendo un huevo en cada cesta como en los tiempos del más pletórico Jordi Pujol. El huevo de Convergència en la cesta independentista, con Felip Puig como ponedor, y el de Unió en la otra, con Duran en el papel de moderado valedor del autonomismo.

A Pujol solía salirle bien. Pero está por ver si a sus sucesores también les vale. Todo apunta a que una de las particularidades de las próximas elecciones autonómicas será, precisamente, la división del espacio político-electoral de Esquerra Republicana, del que el Reagrupament de Joan Carretero pretende llevarse una buena parte. Uno de los objetivos declarados de Carretero es evitar una eventual renovación del pacto de gobierno de las izquierdas catalanas, con lo que queda bastante claro que CiU podría ser la beneficiaria de toda esta agitación si logra

mantener su ambigüedad y consigue que el desbordamiento reste escaños sólo a Esquerra.

Las cerca de 200.000 personas que el domingo aceptaron el juego propuesto por la coordinadora independentista sabían que no participaban en un referéndum, sino en una nueva modalidad de manifestación política, bastante más sofisticada que la mera y tradicional concentración y desfile por plazas y calles. Desde este punto de vista, el primer éxito de los impulsores de la iniciativa lo habían alcanzado ya semanas atrás, al conseguir que la radiotelevisión de la Generalitat le diera un intensivo seguimiento con el mismo tratamiento y el lenguaje convencional con el que se informa de los verdaderos referendos.

La radiotelevisión de la Generalitat se ha mantenido como el referente informativo del nacionalismo y el independentismo, una orientación que la llegada del tripartito en 2003 no modificó. Junto con algunas cabeceras de prensa local y comarcal, algunas televisiones locales y ahora también la emisora de televisión del Barça, forman el espacio mediático nacionalista. Como tales han participado con entusiasmo en la tarea de publicitar la jornada de agitación del domingo pasado como si de una verdadera convocatoria política general se tratara.

A este éxito han contribuido también, paradójicamente, los medios de comunicación que, denostando los fines de la campaña, hablaron una y otra vez de referéndum. Lo mismo ha sucedido con aquellos medios que, aun con el distanciamiento propio de la voluntad meramente informativa, han dicho y repetido que a la *consulta* estaban efectivamente *llamados* 700.000 ciudadanos, han denominado *observadores internacionales* a los

correligionarios extranjeros invitados por los organizadores y han hablado de *censo electoral*.

La campaña independentista parte de la premisa de considerar muerta la vía del autonomismo, para lo que han encontrado un eficaz aliado entre quienes consideran inconstitucional el actual Estatuto de Autonomía. Pero, en realidad, muchos de los promotores y participantes en esta campaña no han sido nunca autonomistas y cuando hablan de fracaso del autonomismo se refieren más a sus deseos y a sus objetivos que a la realidad política.

Esto no obvia, sin embargo, que una campaña como la que el domingo supo sacar de sus casas a cerca de 200.000 personas no puede dejar indiferente a los defensores del modelo constitucional y de desarrollarlo en sentido federal. Mantenerse al margen de campañas tan potentes como ésta, como han hecho las direcciones de PSC y de Iniciativa Verds, puede valer para no darles, precisamente, más vuelo. Pero el ecosistema político catalán está demasiado condicionado por el ruido que el activismo independentista produce sin cesar, muy superior a lo que merece el 21% de la población que representa según los sondeos del Centro de Estudios de Opinión (CEO). Y a veces se echa en falta el contrapeso.