



ANÁLISIS MEDIÁTICOS DE LA ELECCIONES DEL BARÇA

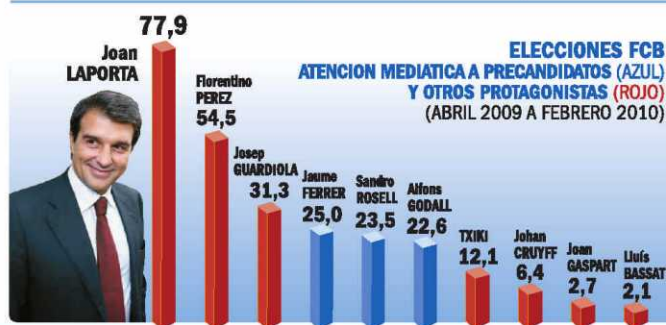
ATENCIÓN MEDIÁTICA A PRECANDIDATOS O ACTIVOS
(ABRIL 2009 A FEBRERO 2010)



PORCENTAJE DE NOTICIAS
GENERADAS EN CATALUNYA
(LIGADAS A LAS ELECCIONES AL FCB)



PORCENTAJE DE NOTICIAS
GENERADAS EN PRENSA GENERALISTA
(LIGADAS A LAS ELECCIONES AL FCB)



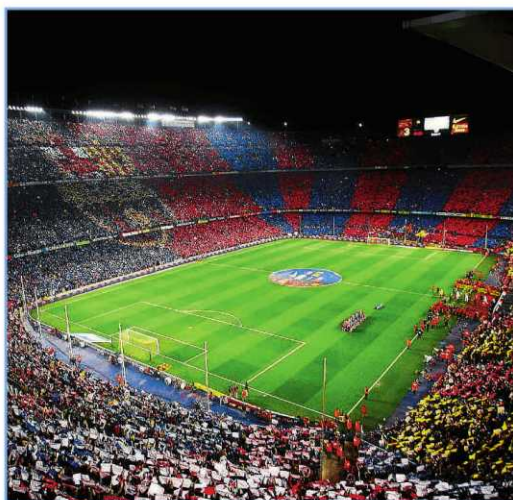
El impacto mediático será clave en la carrera electoral

Un estudio de la Universidad de Navarra establece una correlación perfecta entre el impacto en los medios y los votos en las urnas

Esther Blasco
BARCELONA

En tiempos de elecciones, los candidatos no sólo compiten por convencer a los votantes de que su mensaje

es el más acertado, elocuente y prometedor, sino que la batalla también gira entorno a quien consigue acaparar lo máximo posible los medios de comunicación. Y es que un estudio realizado por la Universidad de Navarra establece una correlación perfecta entre impacto mediático y pos-



Los votantes se dejan llevar por el impacto mediático de los candidatos

teriores votos en las urnas. Pero el centro de estudios ha ido más allá y se ha centrado en el proceso electoral del FC Barcelona, analizando a los precandidatos oficiales, los que tienen posibilidades de presentarse y personas relacionadas con las elecciones. Según el material recogido entre abril de 2009 y febrero de 2010, **Jaume Ferrer** es el precandidato más mediático.

La Universidad, que seguirá todo el proceso electoral para completar su estudio, indica que

durante el período de estudio **Ferrer** tuvo una atención mediática del 25%, por delante de **Sandro Rosell** (23.5%), **Alfons Godall** (22.6%), **Xavier Sala i Martín** (9.8%), **Ferran Soriano** (8.3%), **Jaume Guixà** (6.6%) y **Agustí Benedito** (4.1%). Para el estudio, no sólo se tienen en cuenta las apariciones en los medios de comunicación, sino que la metodología incluye las veces que aparece el nombre del precandidato en webs, blogs, etc. Lo que no especifica el estudio es si las apariciones en

Según el estudio, Ferrer es el más mediático de los precandidatos

Laporta es el que genera más noticias en la prensa generalista

El análisis no distingue entre las noticias positivas y negativas

los medios son positivas o negativas. En cuanto a las noticias generadas en Catalunya, relacionadas con las elecciones al FCB, los porcentajes se igualan bastante. El nombre de **Ferrer** aparece en el 83.3% y sorprende que por detrás va el de **Soriano**, con un 77.6% de presencia en las noticias sobre las elecciones, seguidos por **Godall** (77.5%), **Joan Laporta** (74.4%) y **Rosell** (73.6%).

Sin embargo, cuando el estudio se centra en la prensa generalista, el orden de los protagonistas cambia. En este caso, **Laporta** es el personaje que aparece en un mayor número de ocasiones, con un 37.3%. Tras el presidente azulgrana, se sitúa el presidente de Spanair, **Ferran Soriano**, con un 34.9%. Justo después aparece el nombre de **Rosell** (27.1%), **Godall** (24.2%) y **Ferrer** (22.2%).

El estudio de la Universidad de Navarra está basado en el comportamiento del electorado en las Generales de 2008. Sin embargo, los votantes en política no tienen la misma reacción que cuando se refiere a clubs deportivos. ■