

# Gir en la precampanya del Barça

## Més resultats de l'estudi 'Eleccions Barca' de la Universitat de Vic

L'estudi que estan realitzant els estudiants de 4t de Periodisme de la Universitat de Vic constata que s'ha produït un tomb mediàtic en el discurs dels precandidats a les eleccions a la presidència del FC Barcelona, així com en el to de les informacions publicades. El buidatge de dades fet a 18 mitjans de comunicació catalans (premsa i televisió) entre el 26 abril a 24 de maig revela que les referències a la gestió del president Joan Laporta han deixat ser el tema que genera més comentaris negatius a la premsa. Si bé en l'anterior informe de l'Observatori (12 de maig) el rànquing de controvèrsia l'encapçalava la categoria *gestió Laporta*, ara ja no és així: la categoria agrupada amb el nom de *candidats rivals* és al capdavant del recompte de negativitat, amb un total de 177 comentaris.

Els precandidats prefereixen tirar-se els plats pel cap que no focalitzar els esforços en fiscalitzar la feina feta en el club els últims set anys. Aquest gir en el tractament dels mitjans coincideix en el temps amb l'enquesta del Grupo Zeta, publicada el 18 de maig, segons la qual la majoria de socis votarien a Sandro Rosell –i, per tant, aposten pel canvi– però que, alhora, consideren que Laporta ha estat un bon president. Sembla doncs, que els precandidats s'adonen que Laporta cada vegada més representa el passat blaugrana i que l'adversari a batre és un altre. El recompte temàtic s'ha fet sumant les declaracions dels precandidats, les informacions d'altres fonts, la informació aportada per la redacció o signada per agència, així com les valoracions incloses en els articles d'opinió. En aquest context, no és estrany que els titulars dels últims dies parlin de “foc creuat”, de “guerra” o “joc brut” entre candidats i que s'incrementi la tensió i els retrets mutus que, en algun cas, han acabat o poden acabar als tribunals.

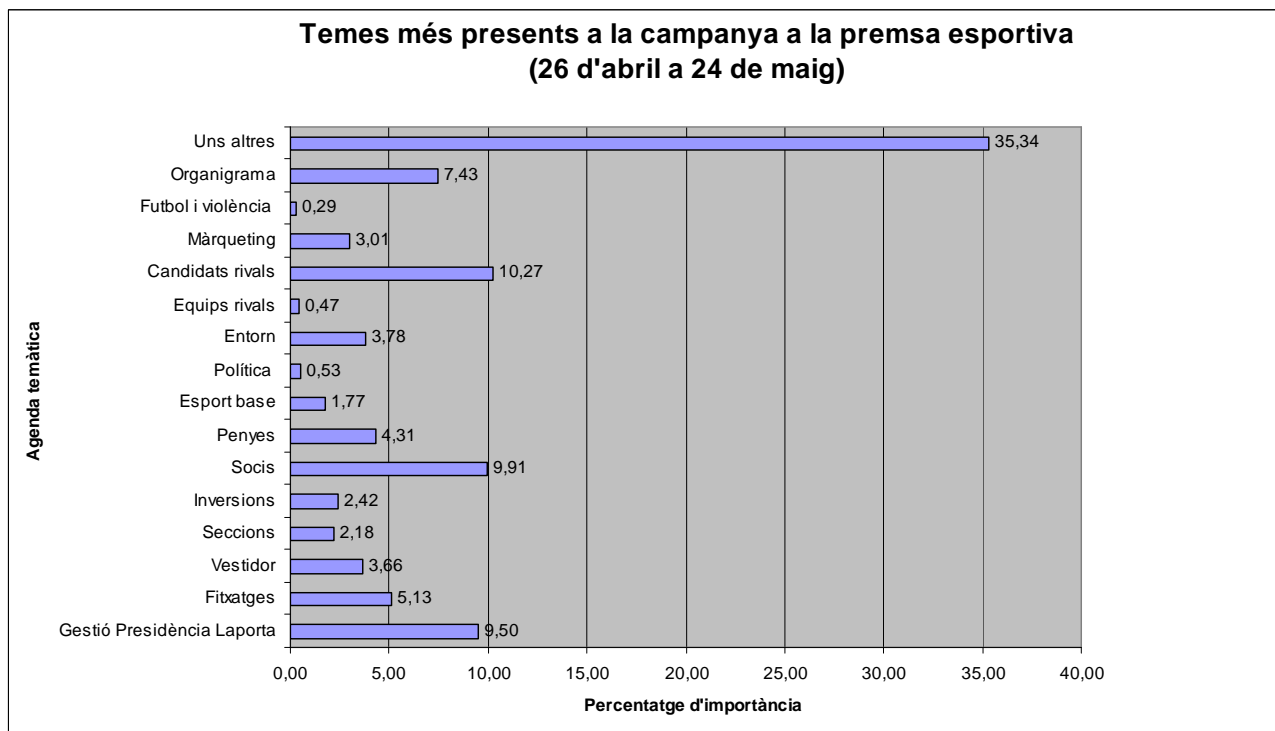
Tanmateix l'únic mitjà dels analitzats que no participa gens d'aquesta tensió mediàtica és el canal oficial del club, Barça TV, que ens els seus informatius passa de puntetes sobre la precampanya i prefereix fer reportatges intemporalis d'aparença innòcua com la història dels estatuts del club o com es configura el cens electoral; a més de donar la informació oficial del club com la transmissió en directe de la roda de premsa després de l'última junta directiva. També la premsa comarcal es mira força de lluny les eleccions amb poques informacions publicades, focalitzant l'atenció en la territorialització de la campanya.

**Observatori Eleccions Barça 2010  
Informe 3 (27 de maig)**

# Els retrets entre precandidats fan impossible el 'fair play' a la campanya blaugrana

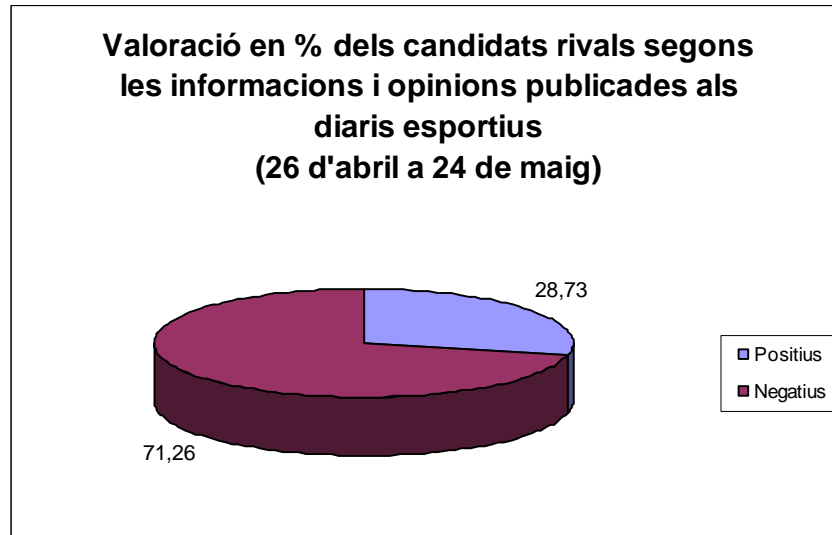
## Les disputes entre presidenciables, la gestió de Laporta i les propostes als socis són els principals temes de campanya a la premsa esportiva

Les disputes entre precandidats emergeixen a la campanya electoral i es converteixen en el centre de la polèmica en els últims dies. Amb l'acabament del curs futbolístic, la majoria de precandidats han optat per atacar-se de forma recíproca i els mitjans se n'han fet ressò. La gestió de Laporta segueix sent, però, un tema recurrent en el panorama electoral, mentre que la presència del soci pren rellevància.

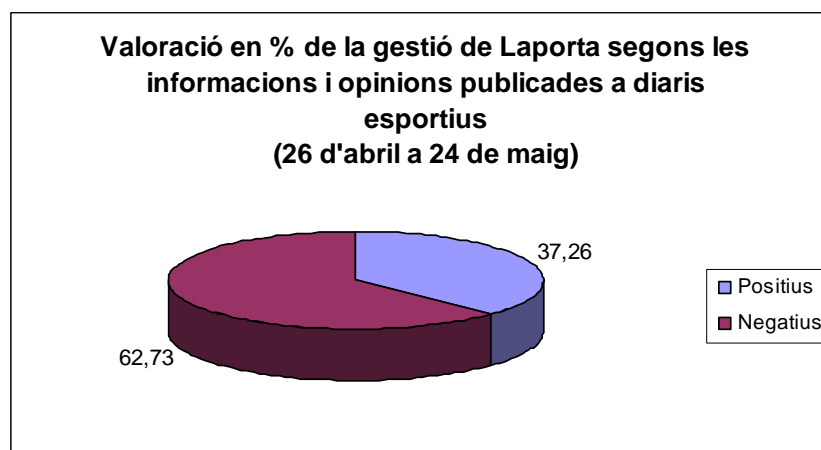


El buidatge fet en els diaris esportius (*Sport, Mundo Deportivo, Gol i El 9 Esportiu*) des de el dia 26 d'abril fins al 24 de maig, demostra que els temes més presents a l'agenda mediàtica són les disputes entre candidats, la gestió de Laporta i els avantatges pel soci. Els enfrontaments entre els aspirants a la presidència del Barça són cada cop més presents. En dues setmanes, aquesta controvèrsia ha superat la variable qualitativa anomenada en aquesta recerca, *gestió de Laporta*, que era fins a 12 de maig el tema més recurrent a l'agenda temàtica. En el recompte fet es posa de

manifest que el discurs dels mitjans esportius referent a candidats rivals és negatiu, per tant, és el senyal de la crispació i els retrets entre aspirants. De tots els comentaris entre candidats anotats per l'estudi (diaris esportius de 26 d'abril a 24 de maig), es recull que el 71,26% tenen connotacions negatives i només el 28,73% són sobre aspectes positius. L'increment de la confrontació en els últims dies es fa més evident quan observem que només fa dues setmanes (vegeu nota de premsa 2) els resultats donaven un discurs positiu.

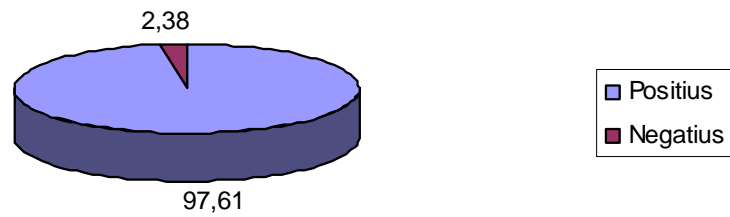


Malgrat tot, la gestió del president Joan Laporta continua tenint presència als mitjans i, sobretot, segueix generant apel·latius negatius per part dels precandidats no continuistes. El 62,73% dels comentaris de les capçaleres esportives catalanes (26 d'abril a 24 de maig) que es fan en relació al president als diaris esportius per part dels aspirants a la presidència del Barça són de caràcter negatiu.

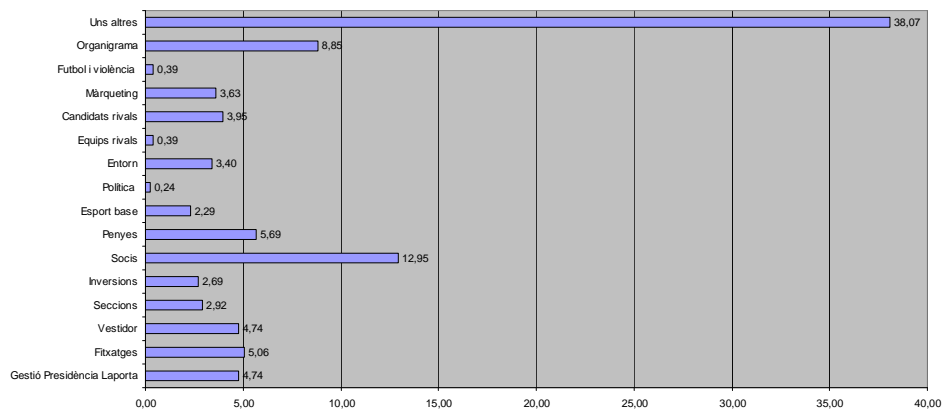


El tercer aspecte que cal destacar és el protagonisme del soci. Els gràfics demostren que el soci és un dels temes centrals a l'hora de recaptar signatures i, conseqüentment, vots. Les promeses dels precandidats cap al soci han obert una altra via de discussió. És el tema de campanya que més comentaris positius desperta i, per tant, el que menys ha generat confrontació. En aquest sentit, ens podem qüestionar que a l'hora de presentar les propostes dels socis és on hi ha menys crítiques entre programes electorals.

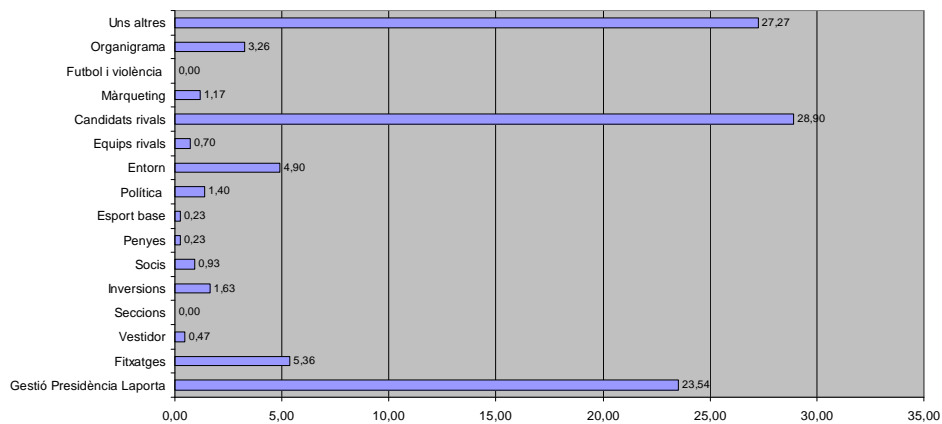
**Valoració en % dels socis segons les  
informacions i opinions publicades als  
diaris esportius  
(26 d'abril a 24 de maig)**



**Percentatge de comentaris positius sobre l'agenda temàtica a la premsa esportiva  
(26 d'abril a 24 de maig)**



**Percentatge de comentaris negatius sobre l'agenda temàtica a la premsa esportiva (26  
d'abril a 24 de maig)**

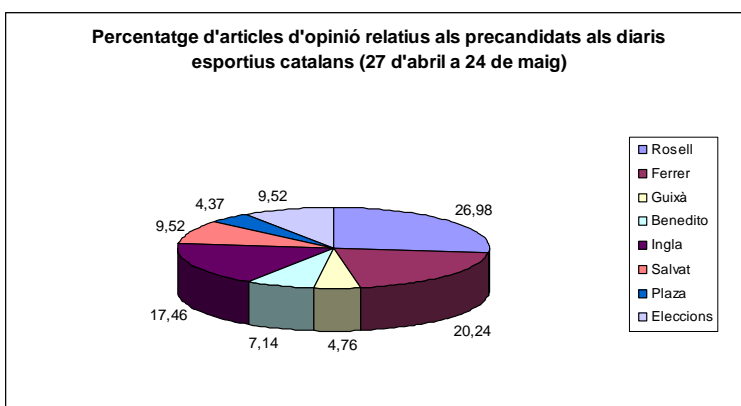
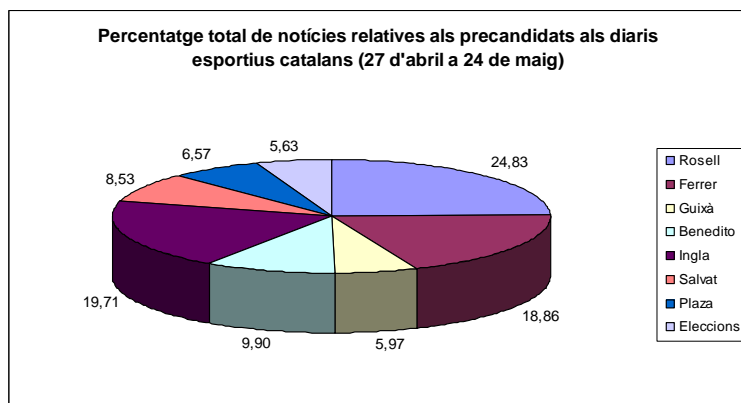


**Observatori Eleccions Barça 2010  
Informe 3 (27 de maig)**

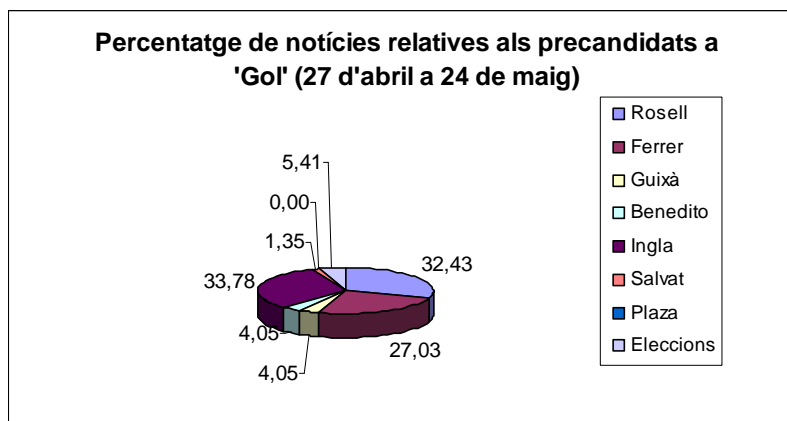
## **Sandro Rosell, 24,8%, el precandidat més present a la premsa esportiva catalana**

### **Marc Ingla i Jaume Ferrer el segueixen en el rànquing a cinc punts de distància**

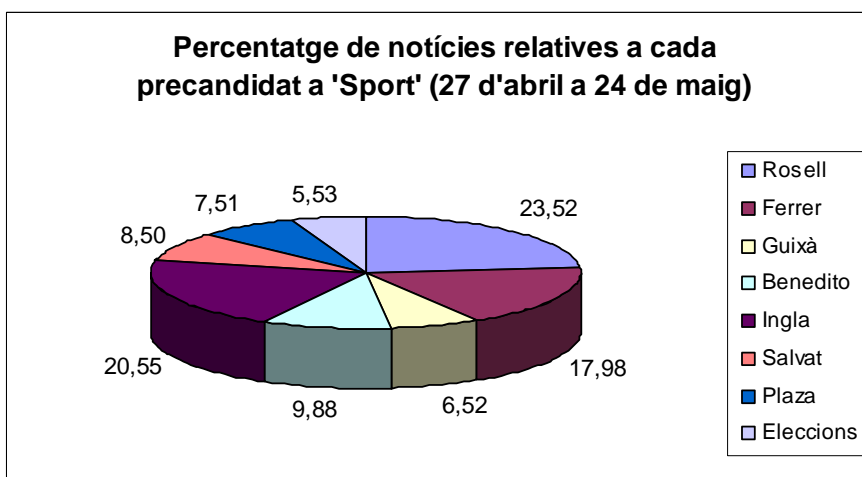
Sandro Rosell ha incrementat la seva presència als mitjans d'ençà de la seva presentació oficial com a precandidat a les eleccions a la presidència del Futbol Club Barcelona. Segons el buidatge fet per l'Observatori de la Universitat de Vic, Rosell ja era abans de la seva presentació un dels candidats amb més presència mediàtica. Després de la seva confirmació oficial, la seva presència a la premsa s'ha disparat i es confirma com el precandidat més seguit pels mitjans de comunicació, si bé el seu avantatge és de només cinc punts percentuals respecte els seus perseguidors, Ingla i Ferrer. Amb el rànquing d'aparicions als diaris esportius s'observa que, des d'un punt de vista quantitatiu, el tractament informatiu és bastant plural. Darrere Ingla i Ferrer vénen Benedito i Salvat i, finalment, els precandidats que surten menys en els diaris són Guixà i Plaza.

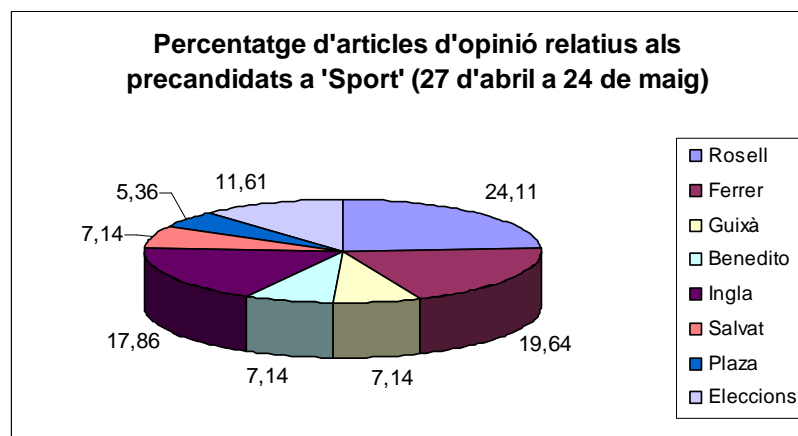
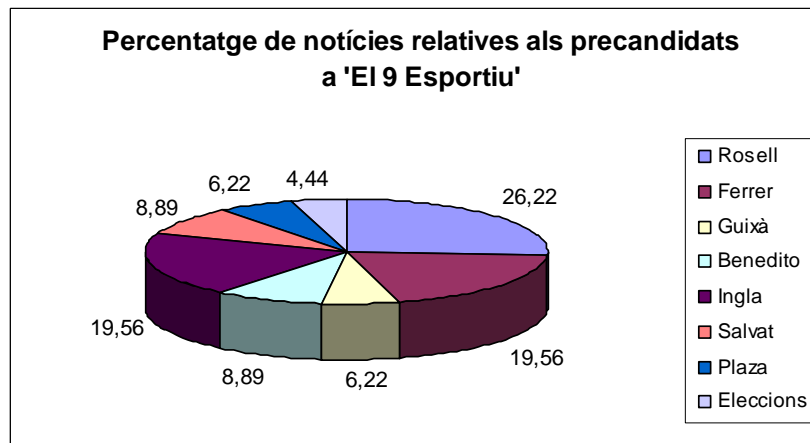
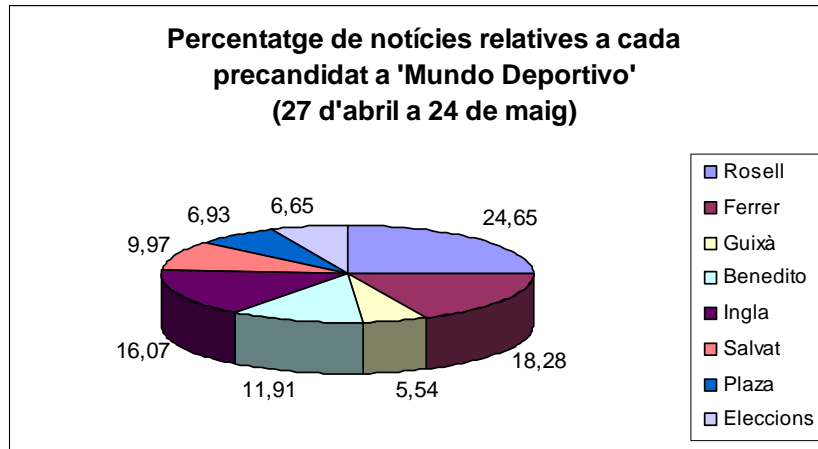


Crida força l'atenció el cas del gratuït *Gol*: Ingla, Rosell i Ferrer monopolitzen l'interès d'aquest diari. Entre els tres precandidats s'enduen el 93,24% de les notícies on hi apareixen aspirants a la presidència blaugrana. Des d'un punt de vista qualitatiu, el diari es decanta clarament a favor de Rosell, si més no en algunes de les seves informacions, com l'explícit titular "La setmana (trionfal) de Rosell" (17 de maig de 2010) en què se'l presenta com "el president que precisa l'entitat".

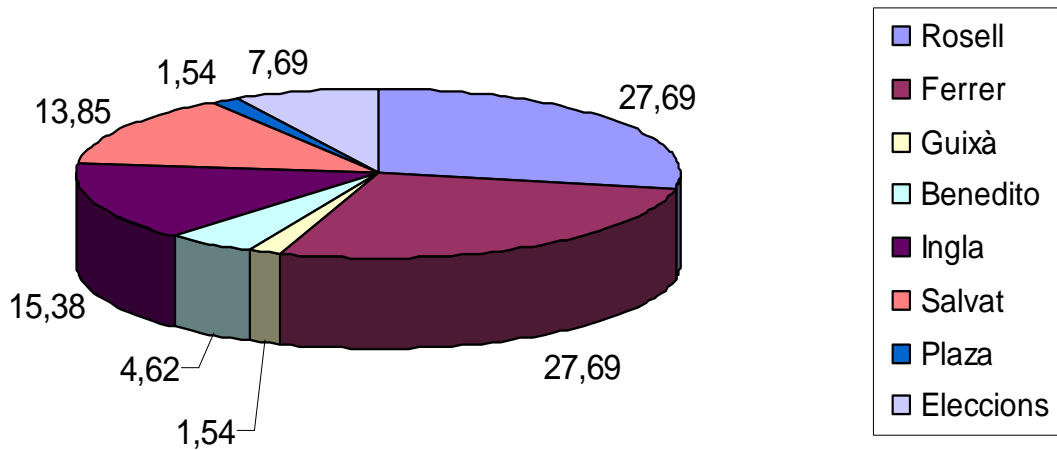


A la resta de diaris esportius analitzats la presència de Rosell, Ingla i Ferrer també és superior a la de resta de precandidats, però la diferència no és tan gran com amb *Gol*. En els tres diaris (*Sport*, *Mundo Deportivo* i *El 9 Esportiu*) el líder en nombre d'aparicions també és Sandro Rosell. Però en els tres diaris hi ha diferències en qui és el segon més mediàtic: A l'*Sport* és Ingla; a *Mundo Deportivo*, Ferrer; i a *El 9 Esportiu* hi ha un empat entre tots dos. Aquest trio marca distància amb la resta de precandidats en aquest sentit i els dos que els segueixen són Benedito i Salvat. L'aposta de Minguella i Medina està creixent molt en aquest últims dies i aquesta última setmana s'ha pogut observar com les seves aparicions als mitjans s'han gairebé doblat.

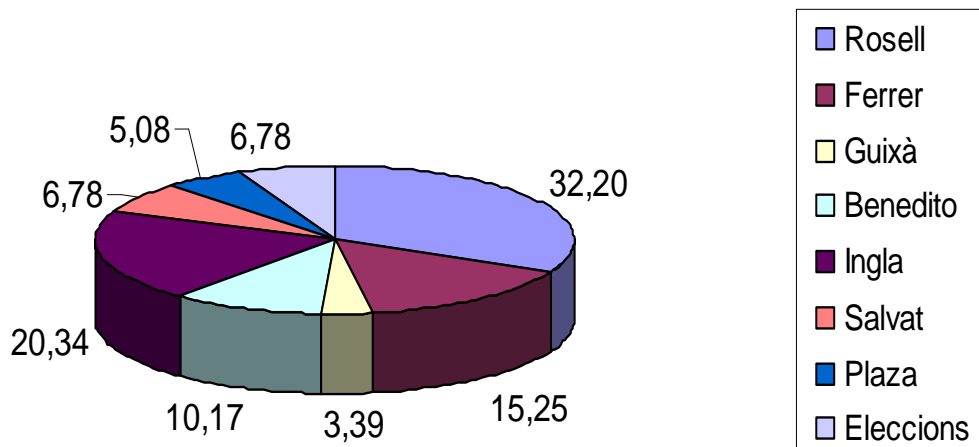




**Percentatge d'articles d'opinió relatius als precandidats a  
'Mundo Deportivo' (27 d'abril a 24 de maig)**



**Percentatge d'articles d'opinió relatius als  
precandidats a 'El 9 Esportiu'  
(27 d'abril a 24 de maig)**





**Observatori Eleccions Barça 2010**  
**Informe 3 (27 de maig)**

## **Sandro Rosell és qui surt més als diaris, però també qui s'emporta més crítiques**

L'anàlisi de la premsa generalista de l'Observatori de la Universitat de Vic indica que Sandro Rosell és el precandidat més valorat per l'agenda temàtica d'aquests diaris (que surt més), però a la vegada és també qui rep un major nombre de comentaris negatius. S'entén per comentaris negatius tant les declaracions crítiques d'altres precandidats o d'altres fonts com també les valoracions periodístiques.

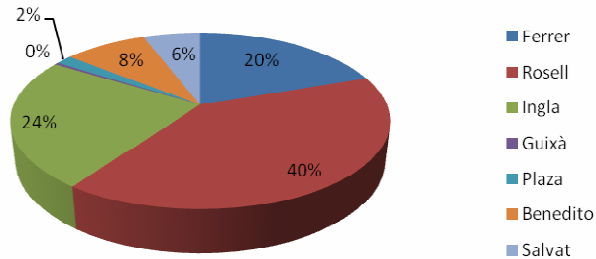
En el període d'anàlisi del 27 d'abril al 24 de maig dels diaris *La Vanguardia* i *El Periódico*, Rosell lidera aquest rànquing. En el total de comentaris positius fets a totes les precandidatures, Sandro Rosell figura en primer lloc amb el 40% de comentaris, davant un 24% de Marc Ingla i un 20% de Jaume Ferrer. Paral·lelament, i pel que fa a l'anàlisi dels comentaris negatius, Sandro Rosell torna a quedar per sobre dels seus companys de precampanya amb un 48% de comentaris negatius cap a la seva candidatura. Com s'explica la dualitat que Rosell guanyi tant en comentaris positius com en negatius? La resposta és clara. En ser el candidat amb major presència mediàtica, en l'agregat també suma major nombre de comentaris que la resta, tant positius com negatius. En els percentatges comparatius, també Sandro Rosell apareix com al candidat més criticat.

Els registres evidencien que Sandro Rosell (25% en informació i 24,14% en opinió) ha estat fins ara el precandidat que ha tingut més presència mediàtica als mitjans generalistes catalans des del 27 d'abril i fins al 24 de maig, seguit de Marc Ingla (22,79% en informació i 20,69% en opinió) i de Jaume Ferrer (16,91% en informació i 10,34% en opinió).

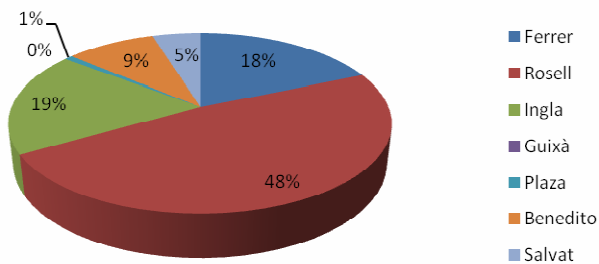
Aquestes dades no són aplicables al diari *Avui*, ja que el mitjà en les pàgines d'informació general (no en el suplement de *El 9 Esportiu*, que s'analitza a part) tan sols ha donat presència mediàtica a la candidatura de Marc Ingla a través d'una entrevista al president d'Españair, Ferran Soriano, membre del seu equip de junta directiva. Per tant, en aquest diari és Ingla i no Rosell el candidat amb més presència.

L'últim buidatge fet en els diaris esportius i generalistes de Catalunya entre el 26 d'abril i el 9 de maig (enviat el 12 de maig) posava de manifest que el tema més discutit pels mitjans de comunicació durant la precampanya va ser la gestió que ha portat a terme en el club la directiva de Joan Laporta. En dues setmanes més d'anàlisi (del 10 al 24 de maig) s'observa que tot i que la gestió de Laporta (15,57%) continua sent un dels temes amb més protagonisme, la categoria de candidats rivals es posiciona com la segona temàtica amb més presència mediàtica amb un 13,25% de comentaris. Per sota, la categoria de socis agafa cada vegada més rellevància amb un 8,25%.

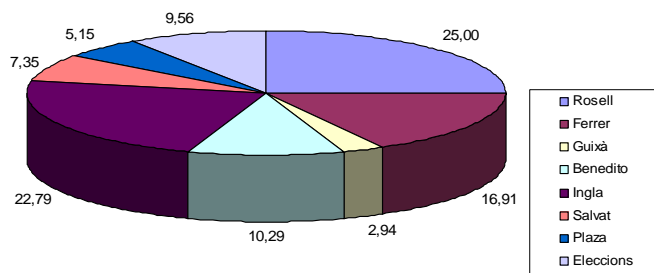
**Percentatge de comentaris positius per cada candidat dels diaris generalistes (27 d'abril al 24 de maig)**



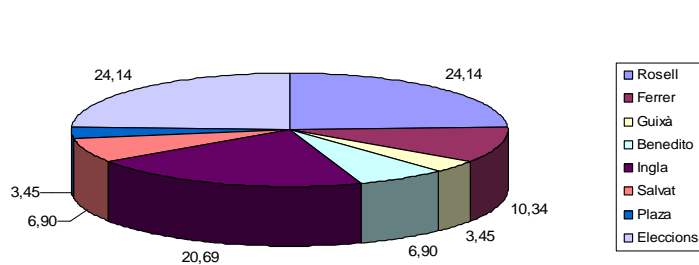
**Percentatge de comentaris negatius per candidat dels diaris generalistes (27 d'abril al 24 de maig)**



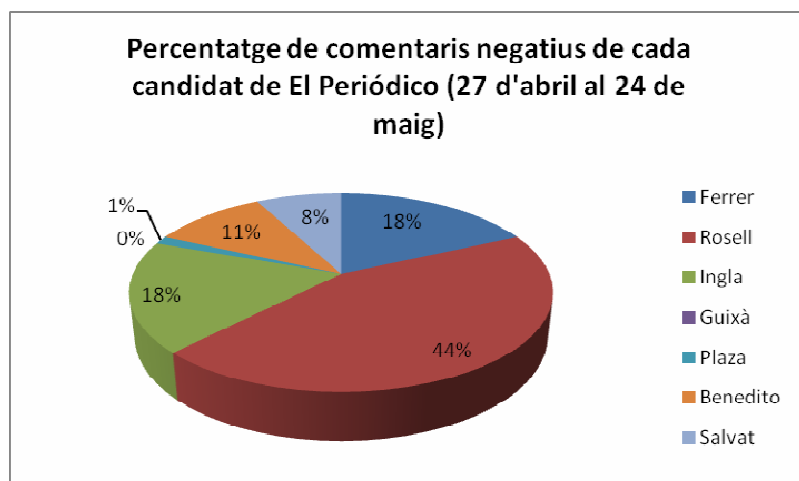
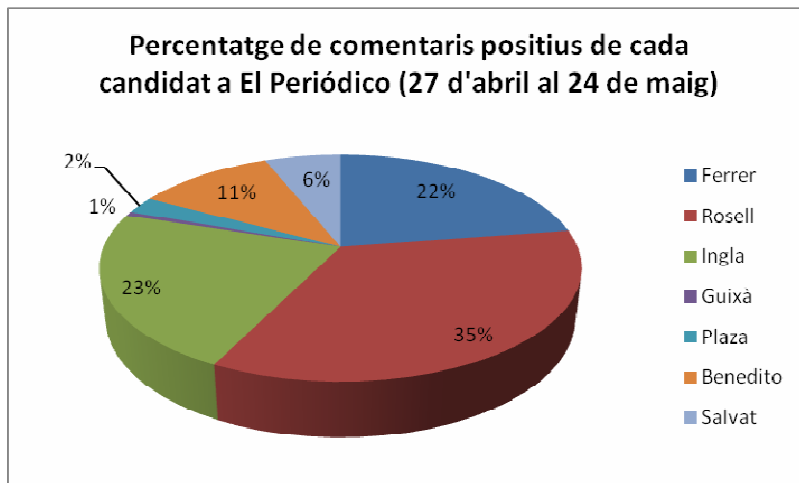
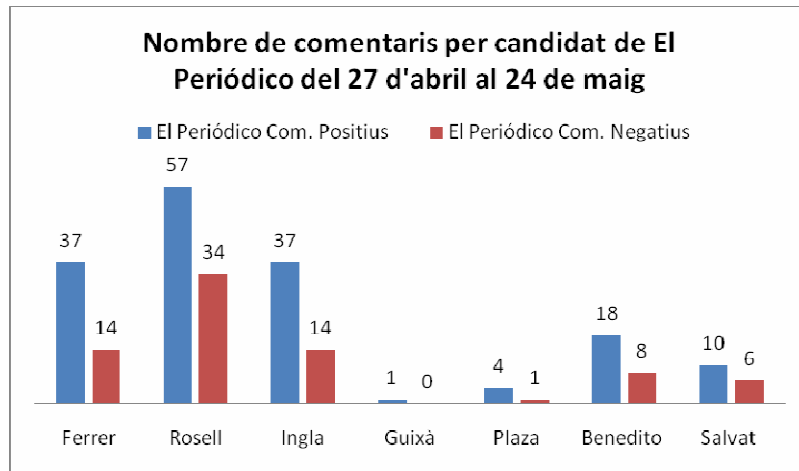
**Percentatge total de notícies relatives als precandidats als diaris generalistes catalans (27 d'abril a 24 de maig)**



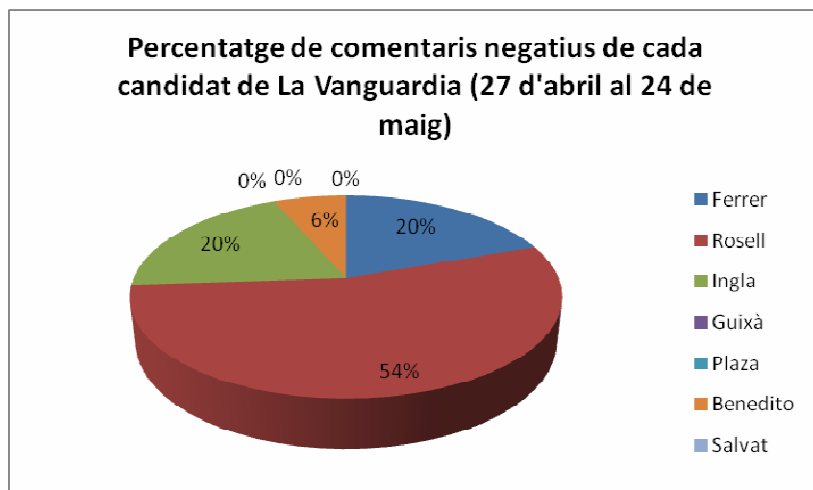
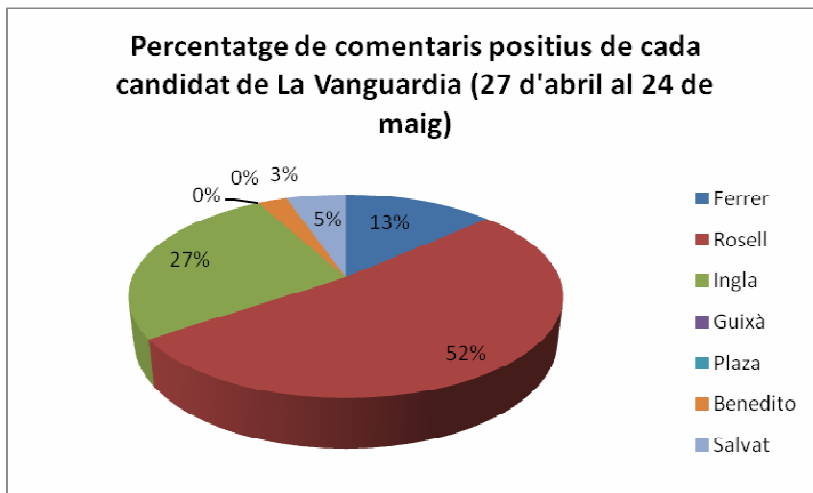
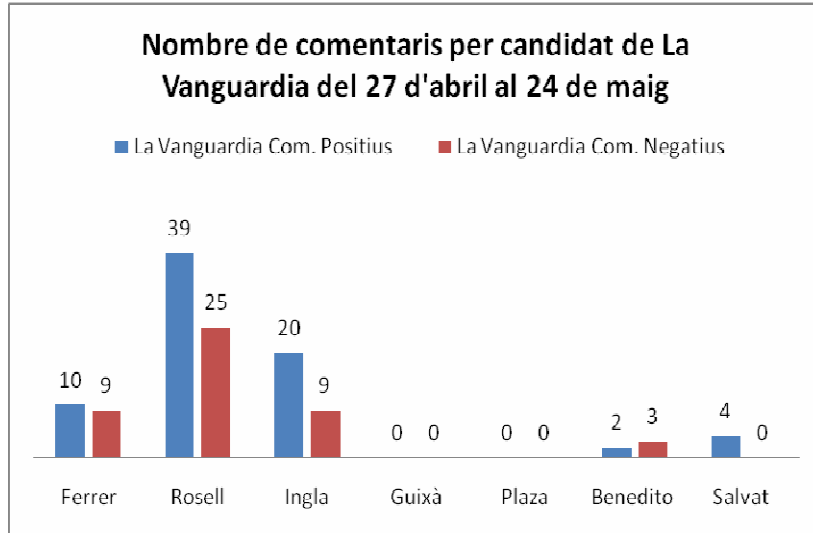
**Percentatge d'articles d'opinió relatius als precandidats als diaris generalistes catalans (27 d'abril a 24 de maig)**



**El Periódico**

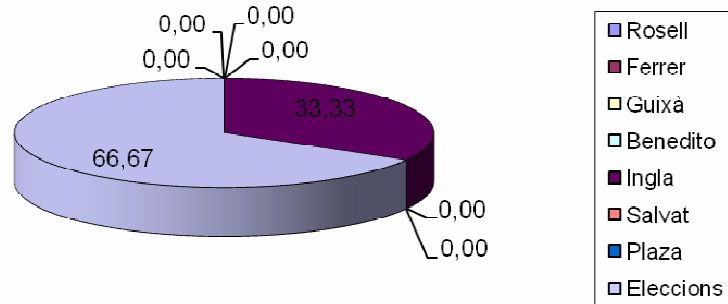


**La Vanguardia**

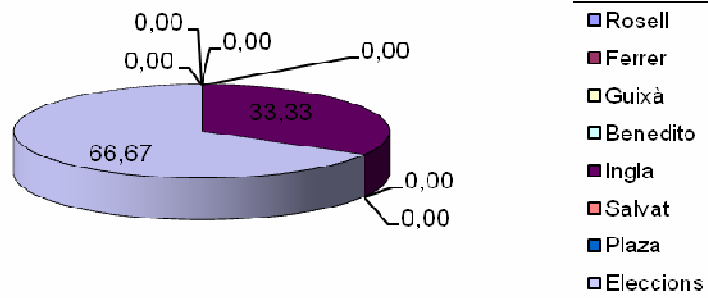


**Avui**

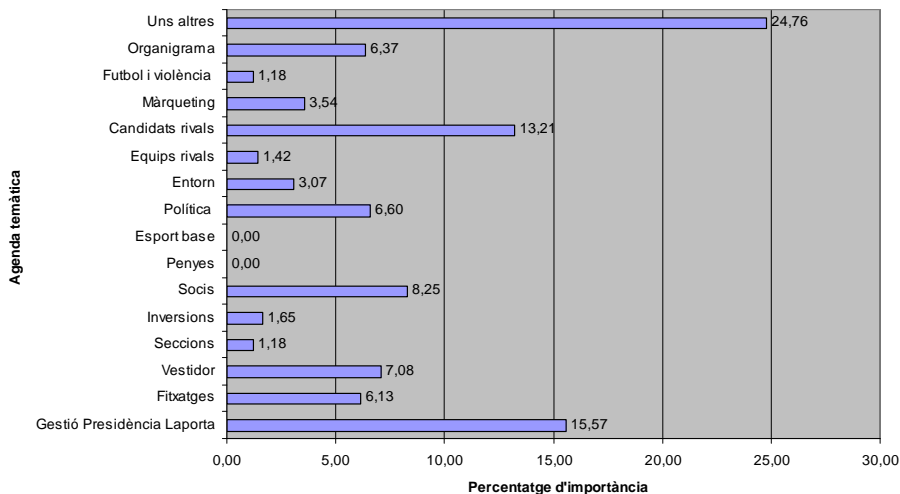
**Percentatge d'articles d'opinió relatius als precandidats a 'Avui' (27 d'abril a 24 de maig)**



**Percentatge de notícies relatives a cada precandidat a 'Avui' (27 d'abril a 24 de maig)**



**Temes més presents a la campanya a la premsa generalista (26 d'abril a 24 de maig)**

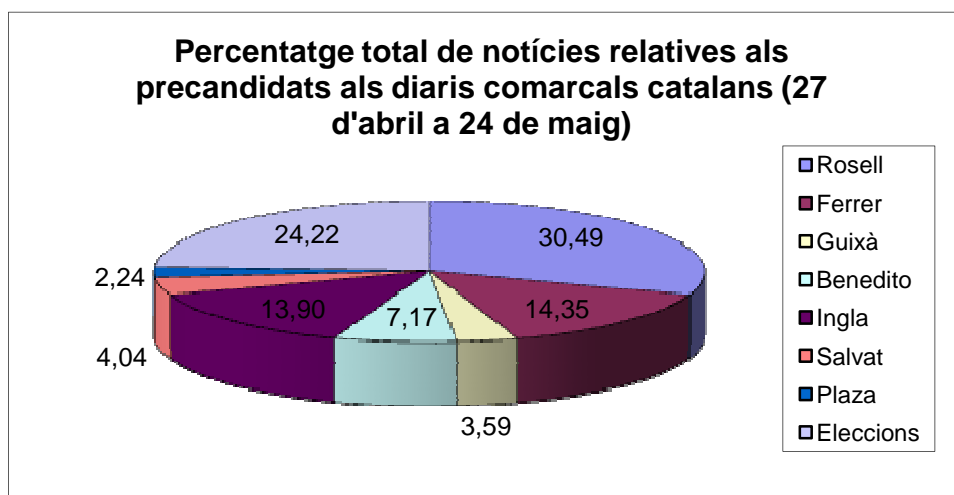


**Observatori Eleccions Barça 2010  
Informe 3 (27 de maig)**

## **Poca cobertura a la premsa comarcal, també dominada pels tres ex vicepresidents**

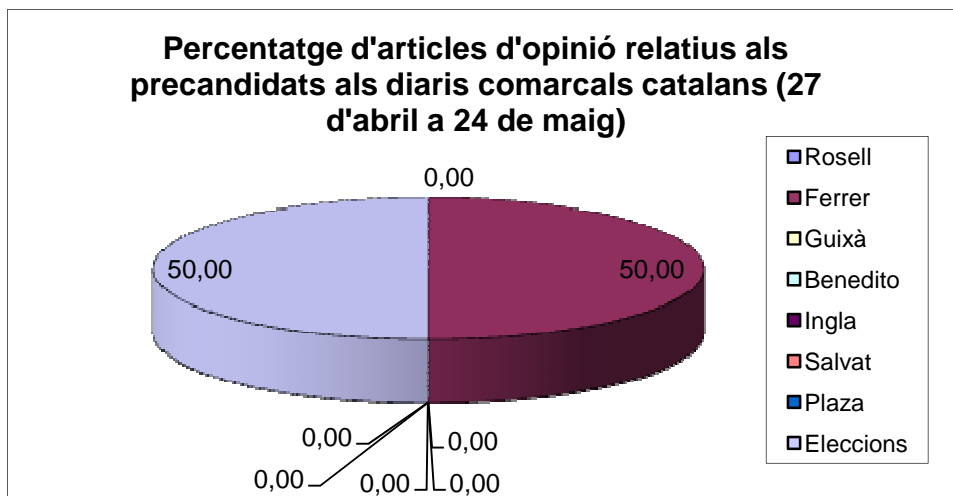
- € La gestió de Laporta i les disputes entre candidats ocupen la major part dels comentaris negatius de les informacions.
- € Els temes més tractats de manera positiva en la premsa comarcals són els que fan referència als fitxatges, socis, penyes, i vestidor.

Els diaris comarcals catalans analitzats en l'Observatori Eleccions Barça 2010 també reflecteixen la certa tripolaritat que hi ha en aquesta campanya a la presidència del FC Barcelona donant protagonisme a les informacions referides a les candidatures de Sandro Rosell (30,49%), Jaume Ferrer (14,35%) i Marc Ingla (13,90%). La resta de precandidatures no arriba al 10% d'aparicions totals en els tretze rotatius de proximitat que formen part de la mostra.



Si bé la premsa comarcal reflecteix també els estàndards de la generalista i esportiva en quant a l'informació publicada, no passa el mateix amb els articles d'opinió. En aquest sentit, aquests mitjans han optat per no entrar en la valoració estricta de les propostes dels precandidats, limitant-se al seu paper d'altaveu dels actes de les precandidatures que es fan al territori. Aquesta és la principal

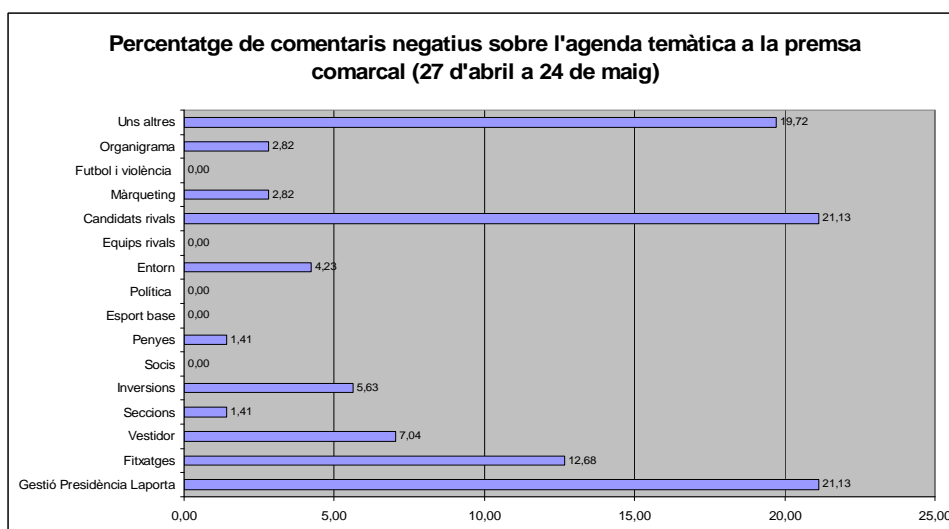
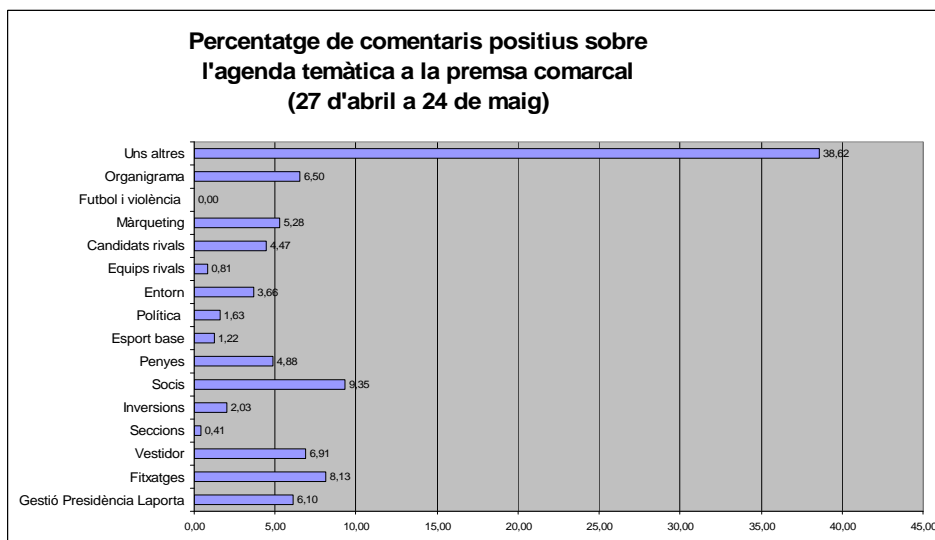
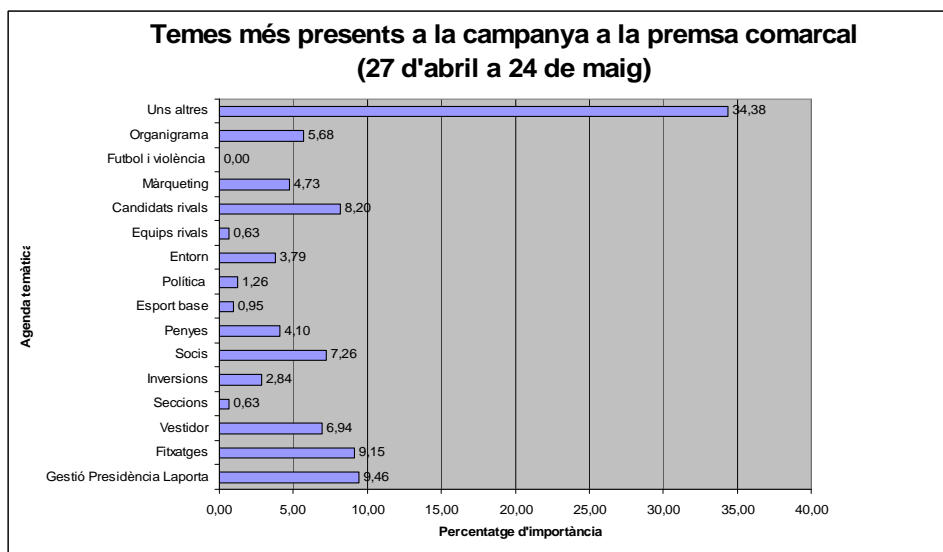
diferència amb la premsa generalista i esportiva. A destacar, per exemple, que si ha sortit algun article d'opinió en relació a les eleccions del FC Barcelona en aquest model de premsa ha estat sobre la valoració d'algun fet puntual de l'actualitat del club. Per exemple, Miquel Altimiras, president del Roncato Patí Vic, va publicar un article a *El 9 Nou* el divendres 14 de maig criticant la política de fitxatges de la secció d'hoquei del FC Barcelona, on de retruc feia un toc d'atenció al projecte continuista de Jaume Ferrer. Article que, per la seva banda, va tenir resposta per part de la candidatura de Sandro Rosell a l'acte central de campanya a Osona el passat 24 de maig.



A més a més, hi ha certes publicacions comarcals de Catalunya en les que no ha aparegut cap notícia relacionada amb les eleccions, és el cas de *El Punt* (Barcelona i Tarragona), *El Diari de Terrassa* i *El Diari de Sabadell*. En el mitjà *El 9 Nou*, edició del Vallès Oriental, podem trobar una única notícia en el mes que portem d'investigació.

A l'estudi qualitatiu de l'observatori destaquen quatre temes que sobresurten de la resta en relació a l'agenda temàtica dels candidats: la gestió de Laporta (9,45%), fitxatges (9,15%), candidats rivals (8,2%) i socis (7,26%). La importància de la variable "socis" en aquest estudi qualitatiu de l'agenda temàtica de la premsa comarcal pot entendre's des del punt de vista de la campanya territorial que estan fent les candidatures, amb presència a diverses parts de Catalunya per entrar en contacte amb les penyes i buscar signatures i, posteriorment vots. D'aquesta manera, moltes de les informacions que la premsa comarcal recull estan relacionades amb aquestes trobades amb socis o presentacions al territori.

En quant als temes més tractats des d'un punt de vista proactiu, destaca tot el què fa referència a les propostes de cara als socis (9,35%), mentre que del què en destaquen més aspectes negatius és de la gestió de Laporta (21,13%), de la política de fitxatges (12,68%) i del descrèdit dels candidats rivals (21,13%). Cal dir, d'altra banda que els temes que els candidats i els mitjans acostumen a eludir són les seccions, futbol i violència, esport base i equips rivals.

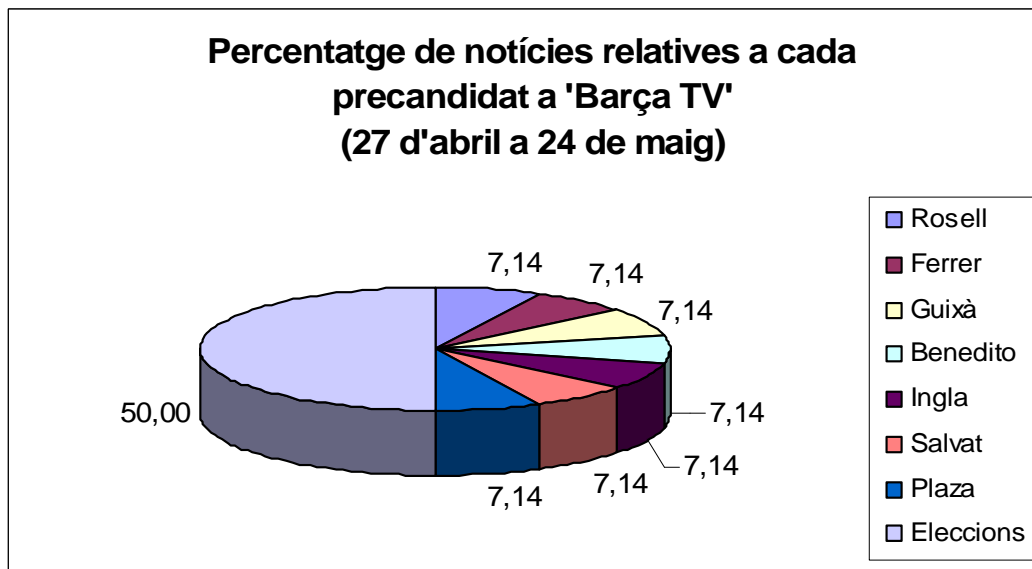




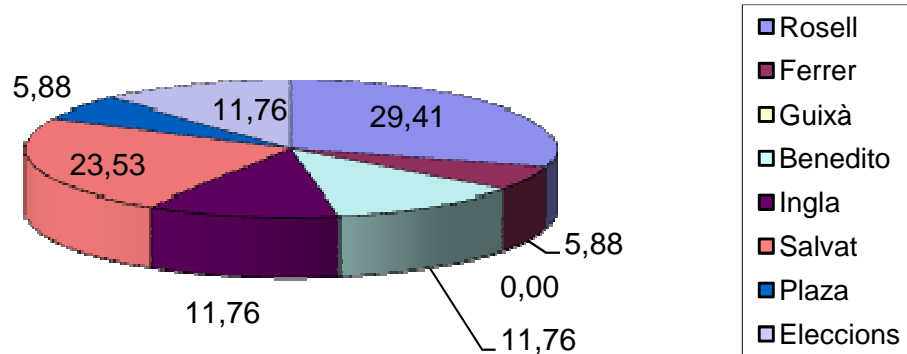
## TV3 reflecteix el poc 'fair play'

**Barça TV manté la neutralitat i només fa sortir els candidats en el moment que s'inicia el procés electoral**

L'anàlisi que s'ha fet de les aparicions dels precandidats a la presidència del FC Barcelona en els informatius de TV3 (Migdia i Vespre) reflecteix que Sandro Rosell és el precandidat que més presència mediàtica té (un 29,41% de les informacions fan referència a la seva precandidatura) i, en segon lloc, destaca Santi Salvat, l'home de Minguella i Medina, amb un 23,53% de les aparicions. No és el cas de Barça TV, que com a televisió oficial del club ha seguit la neutralitat institucional que se li suposa i només ha informat dels precandidats en el moment que es va iniciar la carrera electoral, el 10 de maig. La resta d'informacions, tal com es pot desprendre del gràfic següent, fan referència a les qüestions tècniques o més tangencials del procés electoral.

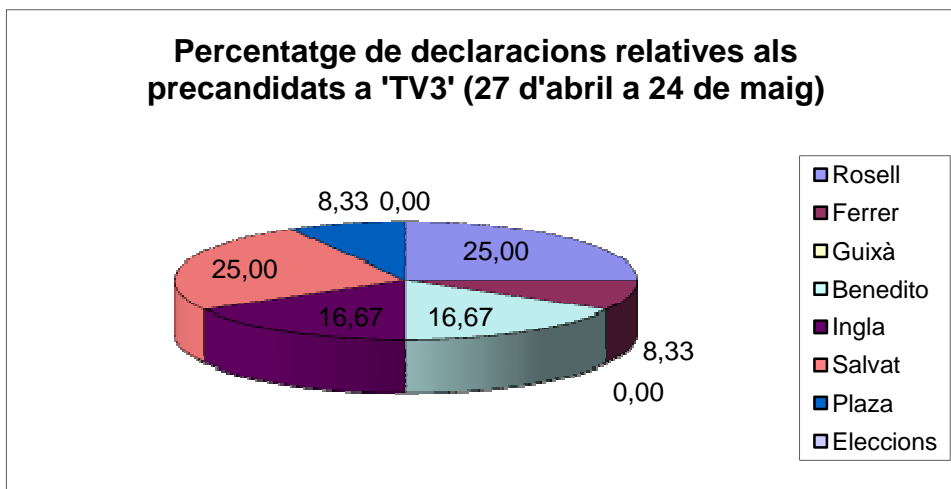


**Percentatge de notícies relatives a cada precandidat a 'TV3' (27 d'abril a 24 de maig)**



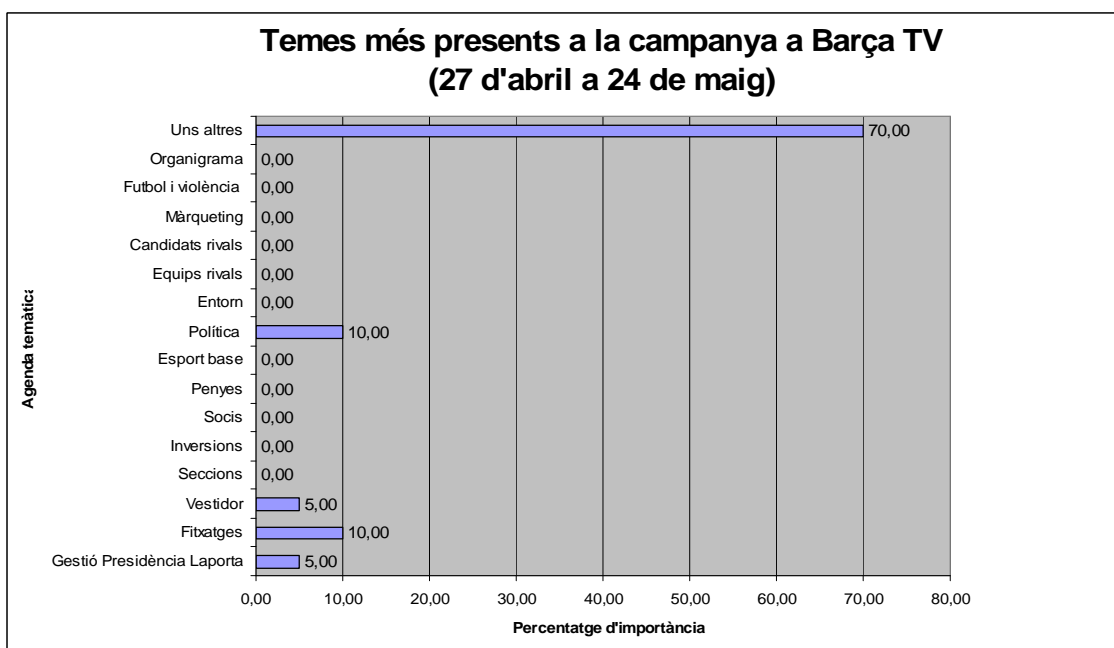
La gràfica de sota aquestes línies indica el nombre de declaracions per cada precandidat que s'han emès a TV3 durant el temps d'anàlisi. Aquesta és una estadística que complementa perfectament la gràfica total d'aparicions (a sobre), ja que reflecteix el percentatge de vegades que la televisió pública de Catalunya ha donat veu, directament, a cadascun dels candidats en les seves informacions. S'hi pot observar que, per exemple, Sandro Rosell, té el mateix nombre de declaracions que Santi Salvat. És a dir, tant Rosell com Salvat han intervingut en tres ocasions cada un d'ells, però això no vol dir que hagin tingut la mateixa notorietat: en el cas del precandidat Salvat, dues de les vegades comptabilitzades corresponen a una mateixa notícia emesa al migdia i al vespre i no a dues declaracions diferents. Així doncs, s'ha de tenir en compte que s'han comptabilitzat per igual i dins el mateix grup els informatius del migdia i del vespre, de manera que numèricament reben el mateix protagonisme, però estudiat qualitativament el contingut, s'obtidria una major notorietat de Sandro Rosell perquè ha tingut més vegades la possibilitat d'explicar el seu programa. No és el mateix cas el que trobem entre Benedito i Ingla, ja que tots dos han ofert una declaració per a informar de la seva presentació a les eleccions del Barça i una altra, per tractar un tema concret sobre el club.

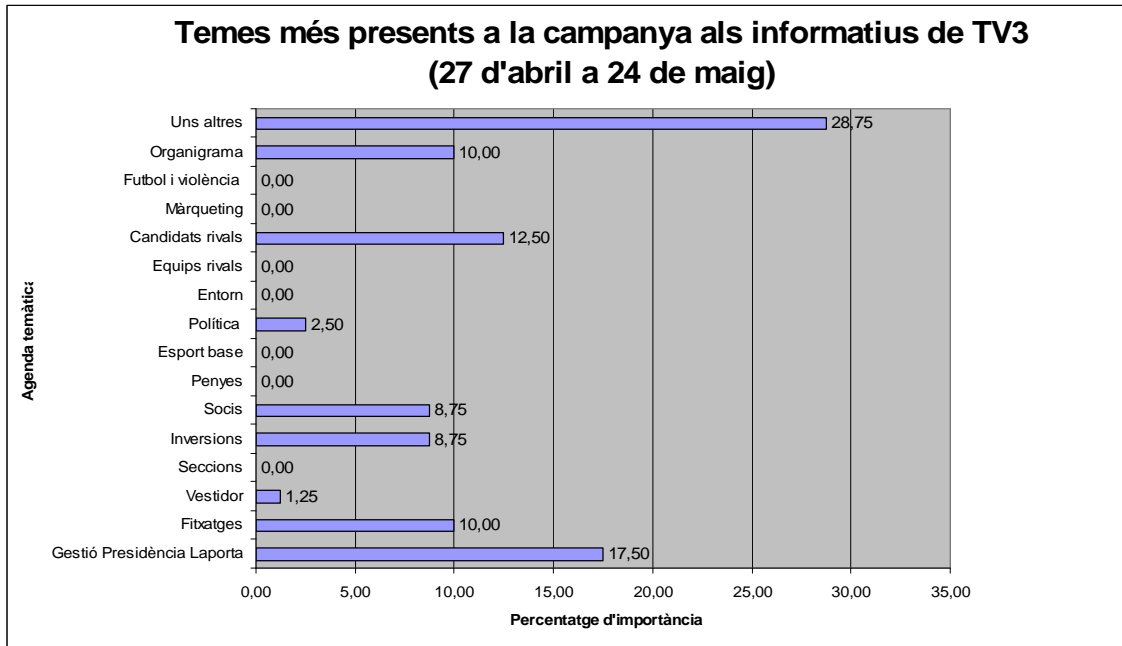
Aquestes dades cal contextualitzar-les. Com que els telenotícies de TV3 (que són la mostra analitzable) se solen fer ressò de les entrevistes que fan el programa de Josep Cuní, *Els Matins a TV3*, els resultats varien segons quin sigui el convidat del dia o la setmana. En un període de temps tant curt (27 d'abril a 24 de maig), no resulta prou representatiu per extreure'n conclusions sobre el posicionament de la cadena. Unes conclusions que en canvi sí que s'han tret dels diaris esportius, ja que el volum d'informació sobre la precampanya és molt més gran.



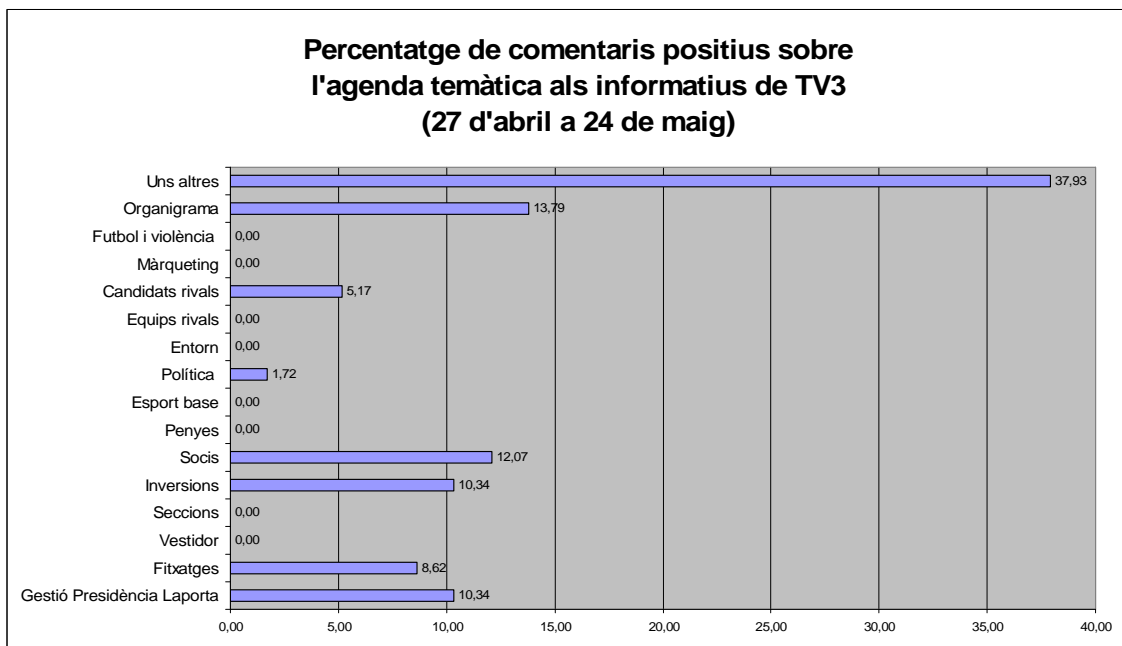
En quant als temes més presents de campanya, i focalitzant l'anàlisi a la televisió pública catalana – l'agenda temàtica de Barça TV està dominada per qüestions tècniques sobre el procés electoral, tal com s'ha comentat anteriorment–, destacar que la gestió de Laporta (17,5% de comentaris) i les acusacions entre candidatures (12,5% de comentaris) continuen sent els temes més recurrents. Destaca, sobretot, però, l'alt índex de crispació entre candidats que reflecteixen les informacions de TV3: dels comentaris relatius a la gestió del president sortint, Joan Laporta, un 36,36% són negatius i del creuament de declaracions entre candidatures, un 31,82% de comentaris també són en to negatiu o crític. Per la seva banda, destaca la poca discussió que hi ha en relació a les qüestions més tècniques sobre l'organigrama (13,79 dels comentaris sobre aquest, en positiu) i les propostes de cara als socis i abonats (12,07% de comentaris positius del total sobre la variable). A continuació, es reflecteixen els gràfics més significatius:

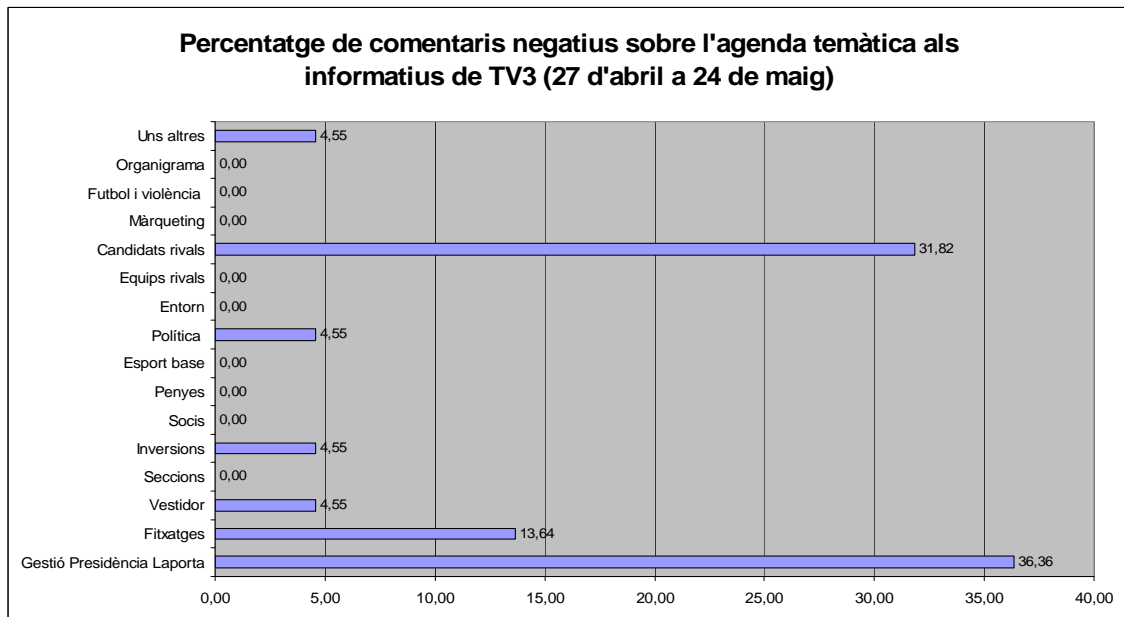
**Agenda temàtica global per cadenes de televisió: Barça TV i TV3**





**Agenda temàtica de TV3: valoració dels temes**





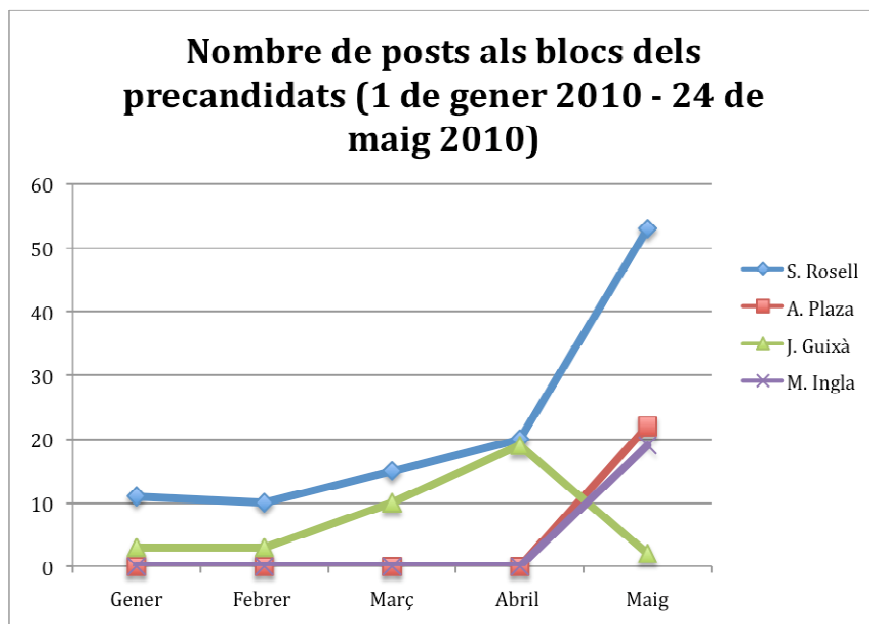
**bservatori Eleccions Barça 2010**  
**Informe 3 (27 de maig)**

## **Augmenten les publicacions als blocs dels precandidats un cop finalitzada la Lliga**

La precampanya electoral a la presidència del FC Barcelona s'ha incrementat a les xarxes socials (Eines 2.0) un cop finalitzada la Lliga BBVA. Segons les dades processades des del dia 1 de gener de 2010 fins al 24 de maig de 2010 per la Universitat de Vic pel que fa als blocs dels precandidats, es pot apreciar un augment de l'ús d'aquestes plataformes informatives. El precandidat Sandro Rosell és el que més ha incrementat les publicacions (posts) al bloc de la seva candidatura (veure gràfic). En segon i tercer lloc es troben els blocs d'Alexis Plaza i Marc Ingla, respectivament. Ambdós precandidats van iniciar les publicacions a partir del mes de maig de 2010.

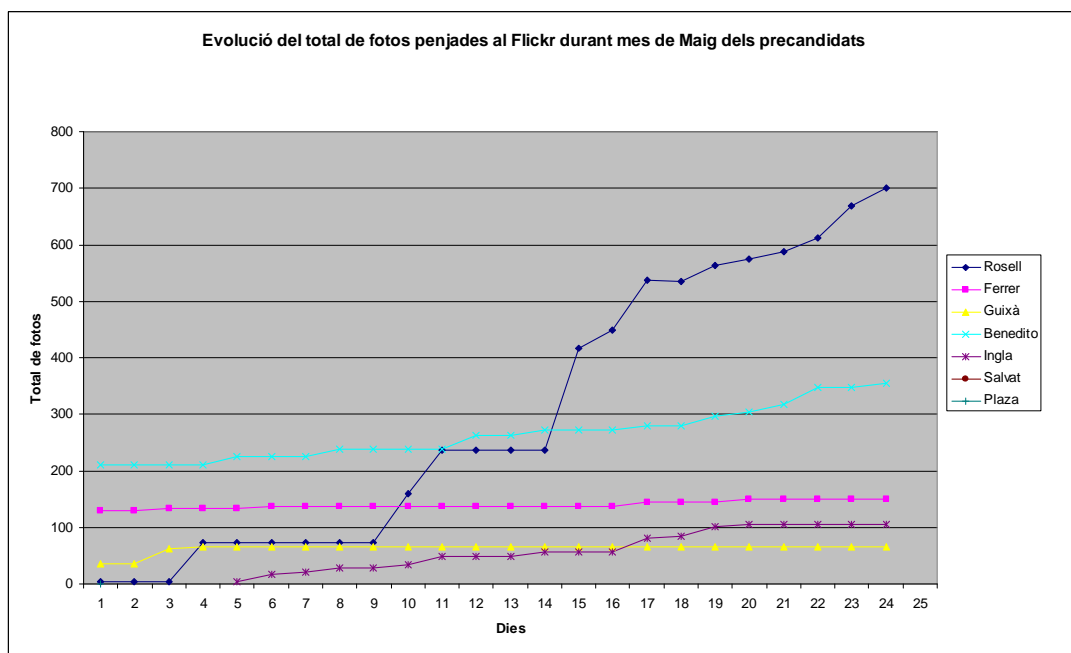
Cal destacar el bon paper de Jaume Guixà durant el mes d'abril, que s'ha situat en segon lloc, un post per darrera de Rosell. En els pocs dies del mes de maig, en canvi, Guixà ha baixat posicions. Dels quatre precandidats amb bloc, l'únic que signa totes les publicacions amb el seu nom o amb el d'algun dels membres del seu equip (constatant que han estat redactades per ells) és Marc Ingla. Per tant, en aquest cas, no es tracta del bloc del candidat únic, sinó que es mostren de cara al públic com un conjunt. D'altra banda, al bloc d'Alexis Plaza es troben publicades les notes de premsa relacionades amb el precandidat i la seva agenda pública. Per últim, el bloc de Sandro Rosell segueix l'agenda del precandidat alternant amb informacions personals relacionades amb el barcelonisme redactades, generalment, per Jordi Cardoner.

**S'adjunta, tot seguit, el gràfic que fa referència la nombre de publicacions als blocs dels precandidats**



Pel que fa al Flickr, Sandro Rosell és capdavanter en quant a fotografies totals penjades cada dia. Tot i que va començar més tard que els altres a utilitzar aquesta eina, en aquests moments és el precandidat que disposa de més imatges publicades, amb un total de 700 (veure gràfic sota d'aquestes línies). Sens dubte, és el precandidat blaugrana més actiu en aquesta xarxa, amb més àlbums publicats que la resta: en té 29.

El segueix Agustí Benedito amb un total de 354 fotografies; la seva evolució ha estat més lineal que els altres, afegeix de manera constant imatges dels seus actes i modifica el seu espai de tant en tant. Només té dos àlbums. El Flickr de Jaume Ferrer va començar molt fort, però l'increment del nombre de fotos ha estat aturat alguns dies i són poques les imatges que afegeix, manté el tercer lloc en aquesta classificació sense gaires esforços. Tot i això, se situa en el segon lloc en nombre d'àlbums publicats. La quarta posició és per Marc Ingla. El precandidat es va afegir a aquesta xarxa el dia 5 de maig i la seva evolució ha estat continuada; no disposa de més de 100 imatges al seu espai però disposa de quinze àlbums.



## **Ferrer és el precandidat més actiu a YouTube i Rosell qui reuneix més subscriptors**

Agustí Benedito és el segon presidenciable que més activitat té al portal de continguts audiovisuals

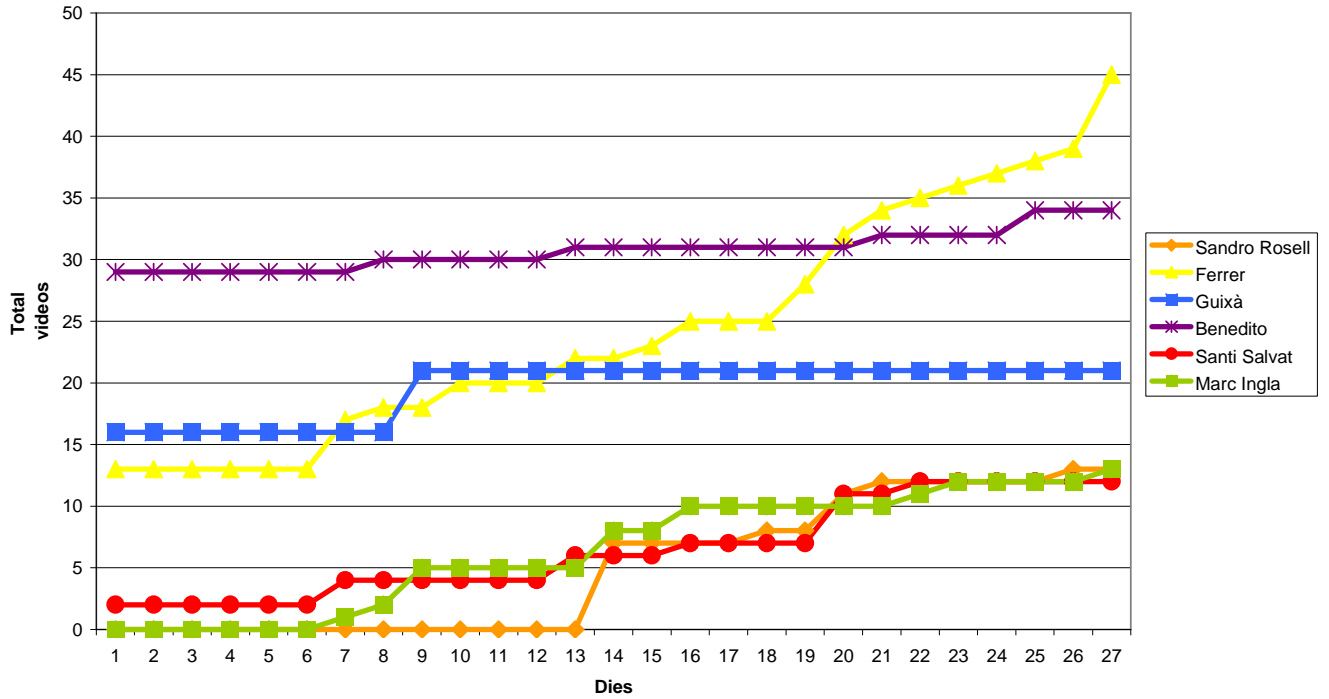
Segons les dades recollides per la Universitat de Vic durant el període a partir del dia 26 d'abril fins el 24 de maig del 2010, pel que fa al YouTube dels diversos precandidats es pot percebre un augment d'ús d'aquesta eina en acabar la Lliga BBVA. L'evolució de l'activitat dels presidenciables en aquesta campanya blaugrana mostra que Jaume Ferrer és el més participatiu i el precandidat que més aposta pel YouTube, que suma un total de 45 vídeos i que n'afegeix de manera contínua i progressiva.

La segona posició és per Agustí Benedito qui, a dia d'avui, en recull un total de 34. Jaume Guixà es situa en la tercera posició del rànquing d'activitat en aquesta eina 2.0, amb un total de 21 vídeos publicats, tot i que la seva evolució es manté estancada des del 7 de maig (veure gràfic). Seguidament, en la quarta posició situem a Marc Ingla i Sandro Rosell, igualats amb 13 vídeos. En els dos casos és important remarcar que s'han sumat a aquesta aplicació més tard que la resta: Sandro Rosell és usuari de YouTube des del 12 de maig i Marc Ingla des del 5 de maig; no obstant, la seva progressió ja s'apropa al rendiment de l'activitat de la resta. A la cua, segueix Santi Salvat, amb la suma total de 12 publicacions.

Fent referència als subscriptors que segueixen l'activitat dels precandidats a través d'aquesta plataforma online de continguts audiovisuals, Sandro Rosell és qui té més subscriptors a YouTube. Rosell ha reunit un total de 39 usuaris adscrits al seu perfil i amb un període molt més breu que la resta, la qual cosa és un símptoma de l'interès que desperta la seva proposta. La resta oscil·len entre un i divuit subscriptors. Totes les dades sobre xarxes socials i eines 2.0 tenen en compte únicament el període analitzat i la mostra estipulada d'eines escollides per aquesta recerca.



**Nombre de videos al youtube dels precandidats (29 d'abril-25 de maig 2010)**



## **Sandro Rosell manté el creixement, Marc Ingla puja com l'escuma i la resta intenten fer forat a Facebook i Twitter**

Aquest primer mes d'anàlisi no ha deixat gaires sorpreses pel que fa a l'activitat dels precandidats a les xarxes socials de Facebook i Twitter. Tenim un clar dominador que és Sandro Rosell, amb aproximadament 13.000 fans al seu grup 'Tots som Barça' i uns 6.000 seguidors a Twitter. La campanya electoral de Rosell ve recolzada per un equip 2.0, que ha estat el precursor de transmetre les conferències del precandidat via Twitter. Més tard l'han seguit Ingla, Salvat i Benedito. També destacar que el ritme d'adhesions als grups de Facebook i Twitter de Rosell ha estat sempre creixent, però va viure un rebrot a partir del dia que va presentar la seva candidatura.

Un dels candidats que ha entrat amb més força a la precampanya electoral és Marc Ingla. A Facebook, per exemple, ha passat en menys d'un mes de 100 fans a uns 2.500 en el seu perfil públic, xifra sobre la qual es mou aquesta setmana. A Twitter també té força activitat, amb més d'un tweet diari i força seguidors. A banda de Marc Ingla, a la xarxa social també hi escriu el seu equip de campanya.

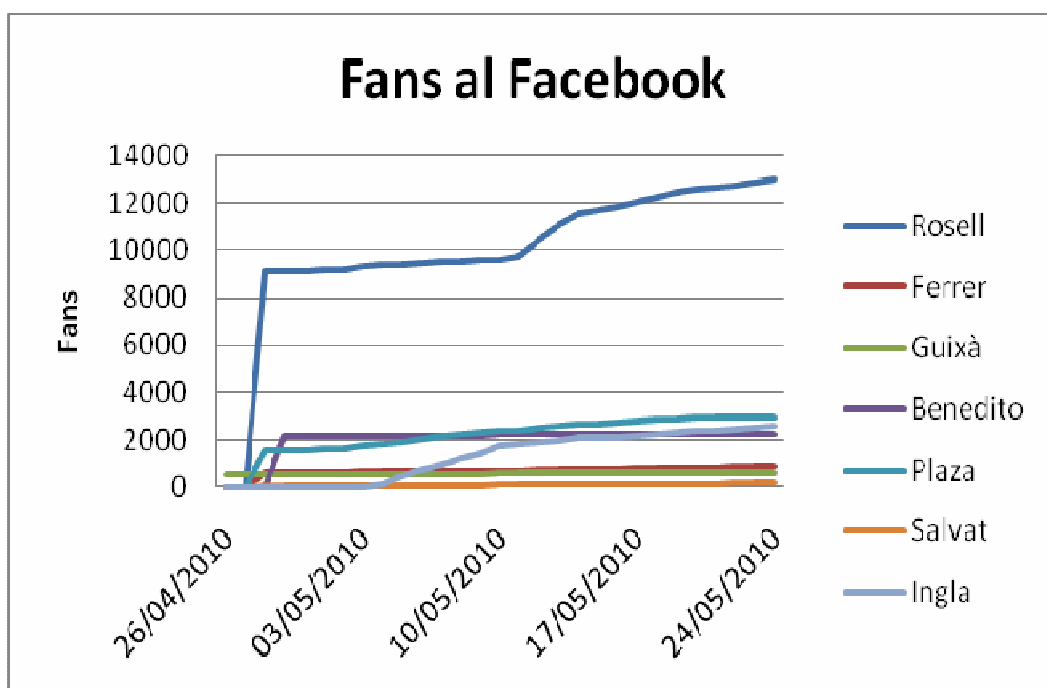
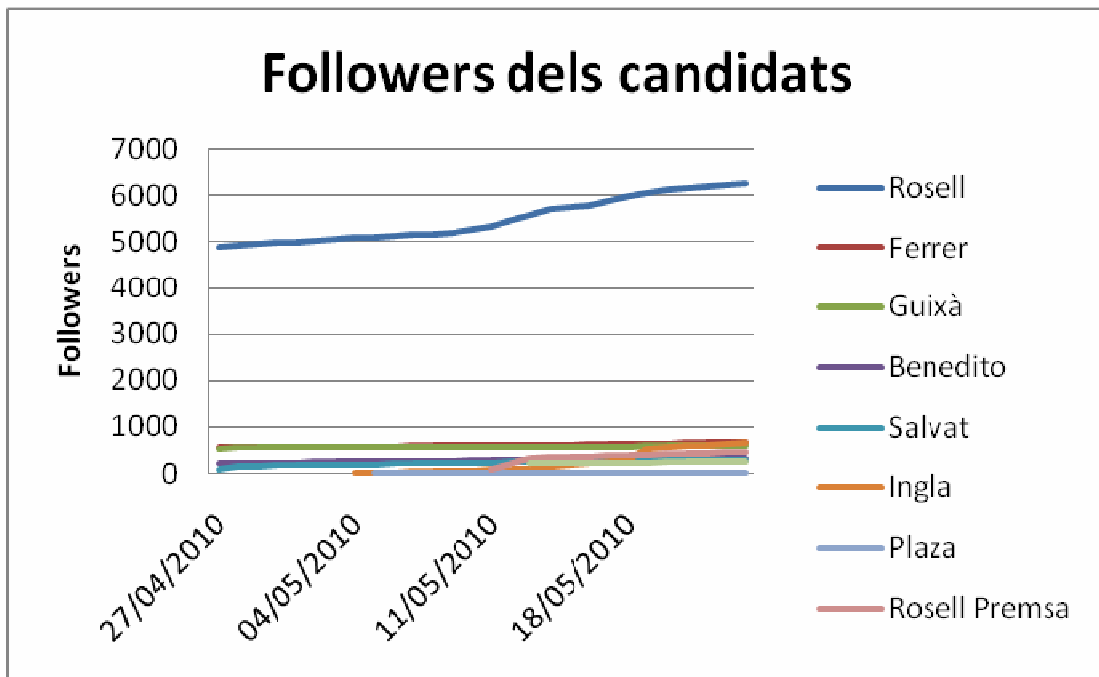
A banda d'aquests dos noms, trobem els altres candidats amb presència a les xarxes socials, però amb una activitat lluny de la de Rosell. La seva aportació és força constant, gairebé cada dia, però el ritme d'adhesions i seguidors no es gaire elevat. Jaume Ferrer utilitza principalment el Twitter, en canvi a Facebook la seva activitat no és tan constant. Ferrer es mou sobre els 900 fans al seu perfil públic de Facebook i sobre els 700 seguidors a Twitter, una xifra força baixa pel candidat continuista si es compara amb els altres dos membres del trio que va al capdavant de les enquestes, Rosell i Ingla.

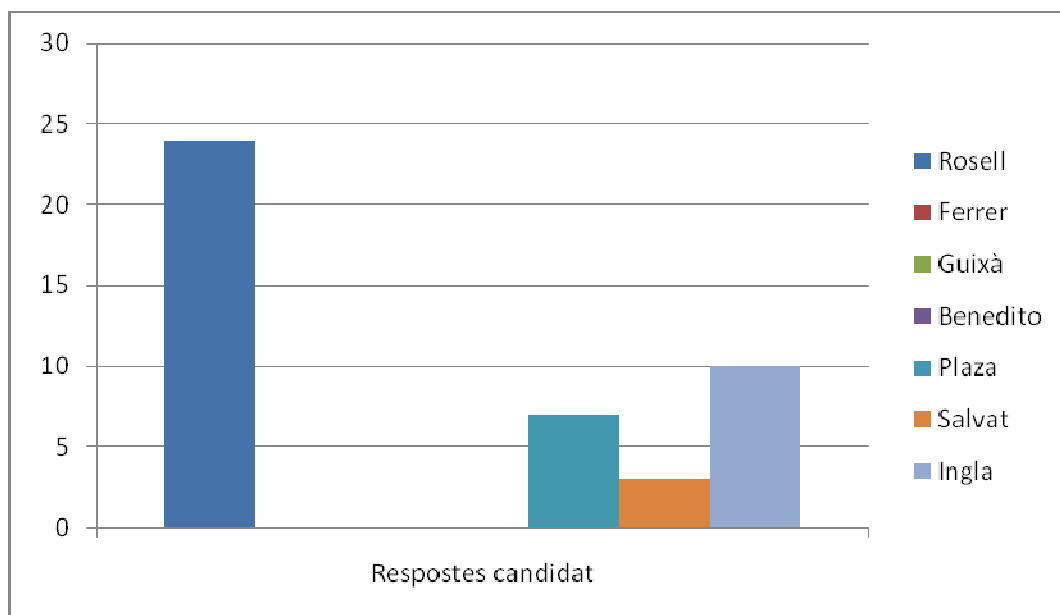
Agustí Benedito combina bé la utilització de Twitter i Facebook, tot i que està basant molt la campanya en atacs i acusacions a d'altres candidats, sobretot Rosell i Ingla. Els presumptes escàndols d'Ingla amb el cens electoral i els afers de Rosell al Brasil han estat força comentats des de les eines virtuals que usa aquesta candidatura. Tot i això, Benedito es mou en unes xifres força bones si es comparen amb els capdavanters: uns 350 seguidors a Twitter i uns 2.300 membres al seu grup del Facebook.

Per últim comentar el cas d'Alexis Plaza, que podríem considerar "el candidat del Facebook". Tot i no fer gaire soroll, en aquest mes de maig ha aconseguit doblar el nombre de fans: ha passat dels 1.500 als gairebé 3.000 seguidors que comptabilitza a dia d'avui. A més, la mitjana d'adhesions al grup 'Somni Blaugrana' ha estat durant molts dies consecutius de més de 50 persones, cosa que pocs precandidats han aconseguit. Per contra, la candidatura de Plaza gairebé no té presència a Twitter, on només comptabilitza una trentena de seguidors i no actualitza el seu *timeline*.

El candidat que més ha interaccionat amb els fans del seu grup és Sandro Rosell, ja sigui a través de comentaris del propi Sandro o a través del perfil 'Tots som Barça': en total comptabilitza 24 respostes de candidat. Ingla el segueix amb 10, i cal destacar que en els últims dies la tendència a fer respostes de candidat ha augmentat considerablement. A més distància hi trobem Plaza amb 7 i Salvat amb 3.

S'adjunta, tot seguit, el gràfic que fa referència al mes de maig sobre Twitter i els perfils públics i grups al Facebook (26 d'abril a 24 de maig):





**Font: Elaboració pròpia. Observatori Eleccions Barça Universitat de Vic**  
Informació elaborada per estudiants de 4t de periodisme sota la supervisió docent dins del Projecte Final de Carrera  
En cas de publicació cal esmentar la font

*Per més informació truqueu a Jordi Serrat 629494770 o Xavier Ginesta 699475957,  
professors de l'Observatori Eleccions Barça 2010*