

# Les eleccions gallegues del 2009 a través dels blocs dels seus líders polítics

## FÉLIX REDONDO

Personal investigador de l'Institut Interuniversitari per a la Comunicació Cultural de la Universitat Carles III de Madrid, Universitat Nacional d'Educació a Distància

fredondo@inst.uc3m.es

### Resum

Aquesta recerca s'ha centrat en l'estudi de les eleccions gallegues del 2009 a través dels blocs dels líders dels diferents partits polítics concurrents. L'objectiu de l'estudi és esbrinar les correspondències entre la manera en què es va gestionar la comunicació i la política en els blocs per part dels diferents líders polítics i els resultats electorals.

La recerca ha aplicat un enfocament mixt combinant dades qualitatives i quantitatives en la recollida i en l'anàlisi.

Els resultats de l'estudi assenyalen que determinats trets dels blocs analitzats tenen una estreta relació amb el canvi de govern galleg.

### Paraules clau

Eleccions gallegues, comunicació, blocs, partits polítics, blocs polítics.

### Abstract

This research has focused on the study of the 2009 Galician elections through the blogs of the leaders of the different political parties running in the elections. The study aims to determine if there is a relationship between how the various political leaders administered and carried out communication and political activity on their blogs and the election results.

The research has employed a mixed methodological approach that combines quantitative and qualitative data collection and analysis.

The study's findings indicate that certain features of the blogs analysed are closely linked to the change in the Galician government.

### Key words

Galician election, communication, blogs, political parties, political blocks.

## 1. Introducció

Aquesta recerca s'ha centrat en l'estudi de les eleccions gallegues a través dels blocs dels líders dels diferents partits polítics concurrents: PP, PSOE i BNG.

L'objectiu de l'estudi és esbrinar les correspondències entre la manera en què es va gestionar la comunicació i la política en els blocs per part dels diferents líders polítics i els resultats electorals.

La recerca no intenta oferir una anàlisi causal de les raons per les quals es va produir el resultat electoral a Galícia. Així mateix, tampoc no pretén establir cap tipus de determinació entre la manera de gestionar la comunicació i la política d'un col·lectiu respecte d'uns resultats electorals concrets.

S'entén, per tant, que són molts els factors que influeixen en els resultats d'unes eleccions. No obstant això, s'ha partit de la hipòtesi que l'anàlisi de la comunicació que estableixen els líders polítics en els seus blocs guarda una certa correspondència amb la fortalesa o la debilitat d'un partit, la qual cosa implica disposar de més o menys avantatges a l'hora de fer front a una campanya electoral.

### 1.1. Les eleccions gallegues del 2009

L'1 de març del 2009 van tenir lloc les eleccions autonòmiques gallegues, en les quals es va produir el tomb electoral a Galícia. El Partit Socialista Obrer Espanyol (PSOE), que governava en coalició amb el Bloc Nacionalista Galleg (BNG), va veure trencades les seves esperances de continuar al poder a causa de la majoria absoluta assolida pel Partit Popular (PP).

Els resultats electorals gallegos del 2009 van ser força semblants als del 2005. Tanmateix, la sorpresa del tomb electoral és que es produïa després d'una sola legislatura de l'equip de govern.

A continuació es recull una taula dels resultats electorals del 2009 i del 2005.

Són moltes les causes que s'han adduït sobre el tomb electoral. Els analistes han apuntat, entre altres: la crisi econòmica o els escàndols i les corrupcions del bipartit (Oneto, 2009); la política educativa sobre la llengua gallega o el "fluix lideratge" de Touriño (Fernández Barbadillo, 2009).

Les conseqüències més directes del govern sortint es van saldar amb la dimissió dels candidats a la presidència socialista i nacionalista: Touriño i Quintana, respectivament.

**Taula 1. Comparativa dels resultats electorals gallegos del 2009 i el 2005**

Resultats de les eleccions gallegues						
Partits	1 de març del 2009			19 de juny del 2005		
	Vots	%	Escons	Vots	%	Escons
PP	789.427	46,68%	38	756.562	45,03%	37
PSdeG-PSOE	524.488	31,02%	25	555.603	33,07%	25
BNG	270.712	16,01%	12	311.954	18,57%	13
Escrutat 100%	Participació: 64,42% Abstenció: 35,58% Vots nuls: 0,89% Vots en blanc: 1,65%			Participació: 64, 21% Abstenció: 35,79% Vots nuls: 0,46% Vots en blanc: 1,24%		

Font: elaboració pròpia, a partir de Xunta de Galícia (2009).

## 1.2 La comunicació en xarxa a les eleccions gallegues del 2009

L'ús estratègic de les potencialitats d'internet com a nou canal de comunicació va ser present en totes les forces polítiques. Així, els portals dels partits van incloure vincles a llocs com ara Flickr, YouTube, Twitter o Facebook, a través dels quals la campanya es va fer més dinàmica, i així es va accedir a un públic jove que és fidel usuari de les tecnologies de la comunicació.

D'altra banda, des d'un punt de vista comunicacional, cal constatar l'augment de les eines participatives al web: blocs, fòrums, comunitats virtuals, "xarxes socials"... Aquestes últimes segueixen un curs de progressió creixent entre els polítics. S'ha assenyalat la important presència dels partits gallegos en portals com Facebook, on el candidat socialista Emilio Pérez Touriño tenia 1.812 seguidors en aquesta xarxa i el popular Alberto Nuñez Feijóo, 1.758 (Gonzalo 2009).

Així mateix, la progressió del vídeo com a recurs expressiu ha experimentat una forta pujada. No és estrany que alguns autors hagin qualificat el videobloc com l'eina principal de la campanya política gallega (Jiménez Cano 2009). En trobem un exemple en l'opció del videobloc com a forma de fer més atractiu el missatge polític, adoptada pel líder socialista Touriño i el líder nacionalista Quintana.

## 2. Estat de la qüestió

Aquesta recerca s'insereix en el camp de la recerca sobre els llocs web, en particular dels blocs. El bloc, o *weblog*, va néixer el 1997 quan Jorn Barge va encunyar el vocable compost pel terme *web* (xarxa) i *log* (bitàcola) (Ortiz Barba 2006; 1). Els blocs, també coneguts com a *weblogs* o bitàcoles, "són un tipus especial de llocs web: són fets majoritàriament amb plantilles predeterminades, en general proveïdes de comentaris en línia dels lectors i presentats en ordre cronològic invers, amb enllaços a altres pàgines web o recursos en línia (Gabriel Guerrero 2008; 2).

Tal com apunta Larrañaga (2007; 16) les bitàcoles són importants perquè constitueixen una font d'informació usual

entre els internautes que creix espectacularment, ja que s'ha triplicat el nombre de blocs, que ha passat del 10,6% dels internautes el 2004 fins al 27,6% el 2006.

Més enllà del creixement del nombre de blocs, la novetat és l'aparició de nous tipus de relacions socials mitjançant el recurs tècnic de l'hiperenllaç entre diferents blocs que constitueixen la xarxa o xarxes socials, també coneguda com a *blogosfera* (Estatella 2006).

Segons Drezner i Farrell (2004), els blocs poden contribuir a generar una agenda de temes crítics, i es constitueixen com a font d'informació per als mitjans de comunicació de masses, amb la qual cosa el debat polític s'amplia.

Els blocs que són objecte de l'anàlisi són els que pertanyen a l'àmbit polític i s'engloben junt amb altres mitjans de comunicació de la xarxa, en el que s'ha anat definint com a ciberpolítica (Amadeo 2003), que fa referència a la política que es desenvolupa a internet.

Els blocs polítics constitueixen la nova àgora per a la participació ciutadana i el diàleg sociopolític. Segons Ortiz Barba (Ortiz Barba 2006; 2), els blocs polítics van adquirir rellevància i legitimitat durant les eleccions presidencials dels Estats Units el 2004. D'aleshores ençà, l'emergència dels blocs polítics ha estat imparable.

La recerca que duem a terme parteix de l'estudi dels blocs polítics que desenvolupen els professionals de la política, en particular els líders polítics. S'ha escollit aquest subjecte —el líder polític— perquè es tracta d'un element clau en la formació de l'opinió dels ciutadans, a més de comptar amb la legitimitat que el seu grup li ofereix com a orientador o guia de l'acció política.

Els blocs dels líders polítics es caracteritzen per la seva escassa presència a la xarxa. En l'àmbit galleg, Roberto Vázquez n'ha analitzat el desenvolupament, partint des dels inicis. Així, situa el bloc del diputat socialista de la Corunya Xosé Manuel Lage com a pioner en el salt a internet el gener del 2005, tot i que n'assenyala l'actualització irregular. Després vindrien el bloc del diputat popular d'Orense Xosé Manuel Baltar o la nacionalista gallega Carme Adán, des d'altres partits polítics (Vázquez 2006; 482).

L'anàlisi de blocs comença a ser una assignatura central de les recerques. Es poden analitzar moltes variables, tenint en compte l'enfocament de la recerca. Així, des d'una anàlisi política, Torres Nabel (2007; 104), en el seu estudi dels blocs de protestes en el conflicte postelectoral del 2006 a Mèxic, analitza, entre altres aspectes, el contingut del bloc, el tipus d'estratègia i el tipus d'accions que desenvolupen determinats col·lectius.

Altres anàlisis dels blocs s'han fet partint de la base que són productes comunicatius. Així, Alonso (2007; 2) ha treballat un model d'anàlisi que inclou diversos elements: tipologies d'usuari, navegabilitat, volum, estructura i temporalitat dels continguts, elements interactius i estètica.

També trobem un altre tipus de variables molt generals que poden ser aplicades a qualsevol anàlisi: estat actual del bloc (actiu o inactiu) o estructura del bloc (visual, tecnològica) (Torres Nabel 2007; 104).

L'anàlisi de contingut de la informació política ha de partir dels objectius que s'hagi marcat l'investigador, amb la pretensió de donar-hi resposta. Això implica la dificultat de partir de variables totalment afins a les d'altres recerques.

Com que la nostra pretensió és la d'analitzar la manera en què s'ha gestionat la comunicació i la política en els blocs, hem elaborat un model d'anàlisi propi que dona compte de les variables que afecten aquest fenomen.

### 3. Objectius

#### Objectiu general:

Analitzar els blocs dels líders polítics durant les eleccions gallegues del 2009.

#### Objectius específics:

1. Esbrinar si els blocs dels líders de partits polítics de partits diferents tenen uns trets dissemblants.
2. Establir en quina mesura els resultats electorals de la contesa gallega es relacionen amb determinades característiques dels blocs.

### 4. Hipòtesi / pregunta oberta

Els objectius específics anteriors constitueixen una progressió d'especificitats, i la nostra pretensió és contestar a la pregunta següent: en quina mesura els resultats electorals gallegos tenen una correspondència amb les característiques dels blocs dels líders polítics gallegos?

La pretensió de trobar una correspondència no s'ha d'entendre com una determinació. És lluny de les nostres prioritats trobar relacions necessàries entre el resultat electoral galleg i les característiques dels blocs polítics analitzats.

No obstant això, en la mesura que els blocs dels líders polítics gallegos es poden analitzar comparativament, podem rela-

cionar aquestes dades amb els resultats electorals, com una de les possibles variables que ajudin a comprendre'ls.

## 5. Metodologia

La metodologia que s'ha dut a terme es basa en l'anàlisi de contingut, un conjunt de tècniques que van néixer amb la intenció de servir per a l'anàlisi de les comunicacions (Bardin 1977; 13). Krippendorff (1990; 28), un dels seus teòrics fonamentals, defineix l'anàlisi de contingut com "la tècnica de recerca destinada a formular, a partir de certes dades, inferències reproductibles i vàlides que puguin aplicar-se a un context".

Per establir la mostra dels diferents blocs s'han visitat les pàgines web dels diferents partits polítics.<sup>1</sup> Atès que el nombre de blocs dels líders polítics és escàs, se n'ha seleccionat la major part per a l'anàlisi: 13 del PSOE, 13 del PP i 8 del BNG. La mostra menor d'aquest últim partit obeeix a l'absència d'un nombre major de blocs de líders polítics nacionalistes gallegos.

S'han anat escollint blocs segons el càrrec de responsabilitat del seu líder, de més a menys elevat. Així, han tingut més prioritat els blocs d'alcaldes, parlamentaris autonòmics, senadors... i menys els dels portaveus municipals o els presidents de noves generacions.

El període de temps analitzat ha estat d'un mes. Els blocs seleccionats obeeixen a una sèrie de característiques:

- Pàgines que compleixin amb el format de blocs:<sup>2</sup> que la seva part principal estigui formada per articles ordenats en ordre cronològic invers.
- Blocs que hagin tingut una activitat continuada de l'autor/a el mes anterior a les eleccions gallegues, és a dir, el febrer del 2009.
- La temàtica del bloc havia d'estar enfocada als temes polítics, excloent-ne els restants, com ara artístics, literaris, filosòfics, ecològics...

En total s'han analitzat 34 blocs, xifra que es pot considerar un punt intermedi d'acord amb altres estudis com el de Torres Nabel (2007; 111), que analitza 20 blocs, o el de Gabriel Guerrero (2008; 4), que n'analitza 67.

La dificultat metodològica ha consistit en l'escassetat de blocs entre els líders polítics gallegos, i l'absència notable ha estat la de l'exvicepresident de Galícia Anxo Quintana, que disposava de videobloc. D'altra banda, el bloc de l'expresident de Galícia Touriño tampoc no ha format part de la mostra perquè va ser eliminat en les setmanes següents a les eleccions.

Les unitats d'anàlisi escollides han estat les diferents entrades que produeix l'autor d'un bloc per introduir el seu discurs, les quals constitueixen les unitats de registre. D'altra banda, tenim la unitat de context, que és el mateix bloc de cada un dels líders polítics.

Les variables que hem escollit parteixen de la pretensió de replicabilitat per part de qualsevol investigador. Això ha comportat partir d'un enfocament metodològic mixt que ha

combinat dades qualitatives i quantitatives en la recollida i en l'anàlisi. A l'annex III es pot veure el protocol d'anàlisi que s'ha elaborat.

L'estructura del disseny metodològic s'ha dut a terme a quatre blocs fortament relacionats: els temes candents de la campanya, les intervencions, l'activitat política dels blocs i els recursos expressius i interactius.

Hem denominat temes candents de la campanya els de forta controvèrsia, amb un abast regional o nacional, que apareixien en més de dos blocs de la mostra.

Les intervencions dels polítics s'han mesurat segons el nombre d'entrades i el seu volum de paraules.

El bloc denominat "Activitat política dels blocs" ha tractat de temptejar l'ambient polític dels blocs: les peticions de vot; el tipus d'al·lusions al Govern central i a l'autonòmic; les al·lusions a la campanya, i les al·lusions a l'adversari polític. En la mesura que aquests elements estiguin presents o absents i tinguin una valoració o una altra, constitueixen un símptoma del clima de la campanya: des de la relaxació més absoluta fins a la militància activa i enèrgica.

Finalment, els recursos expressius i interactius, com ara la participació al bloc, els elements multimèdia o els idiomes presents, també ens indiquen trets d'un partit polític més obert a la societat o més reclòs en si mateix.

## 6. Resultats

L'estudi ha posat de manifest que existeixen correspondències entre els resultats electorals gallegos del 2009 i la comunicació i l'activitat política generada en els blocs dels líders polítics de Galícia.

Pel que fa al primer objectiu, es pot dir que els blocs dels líders de partits polítics diferents mostren uns trets dissemblants. Així, tenint en compte les diferents forces:

- Els blocs populars han potenciat els temes regionals a la campanya, posant èmfasi al voltant de qüestions centrals: la política lingüística, la crisi econòmica i les despeses i el clientelisme de Touriño. El nombre d'intervencions i la seva densitat ha estat superior a la de la resta de partits. La comunicació política ha estat més present que a la resta de partits, amb més al·lusions a la campanya i centrada més clarament a assenyalar l'adversari (PSOE i BNG)<sup>3</sup> i destacar els aspectes negatius del Govern autonòmic. Els recursos expressius i interactius van ser alts, de la mateixa manera que els socialistes. Tanmateix, la llengua d'expressió dominant va ser el castellà.

- Els blocs socialistes han potenciat els temes regionals, però en menor mesura que els populars, i han recorregut a la política del canvi com a *leitmotiv* de la campanya. El nombre d'intervencions de cada bloqueig ha estat escàs, tot i que amb un volum de paraules similar als populars i nacionalistes. El PSOE era conscient d'estar en campanya, però el seu adversari apareix desdibuixat en la figura del PP. Els recursos expressius i interactius van ser alts, de la mateixa manera que els

populars. Tanmateix, la llengua d'expressió dominant va ser el galleg.

- Els bloqueigs nacionalistes gallegos han centrat la campanya fonamentalment en temes locals. El nombre d'intervencions ha estat molt escàs, tot i que el seu volum és similar a la resta de partits. La comunicació política es caracteritza per tenir menys present la campanya i la petició de vot que la resta de partits. Les al·lusions al Govern autonòmic en què participen són molt baixes. Només la meitat dels bloqueigs recorren als recursos multimèdia. La llengua d'expressió única va ser el galleg.

Quant al segon objectiu, es pot afirmar que el tomb electoral galleg té el seu correlat en l'activitat comunicativa i política dels blocs dels líders polítics de Galícia. Aquest correlat cal entendre'l com una predisposició més relaxada, menys activa i allunyada dels temes candents que afecten la comunitat gallega per part dels bloqueigs socialistes i nacionalistes gallegos.

- Les intervencions dels bloqueigs socialistes i nacionalistes gallegos durant el mes analitzat van ser menors que les populars. Mentre que el 46,1% de les intervencions del PP van superar la desena mensual, això només té lloc en el 15% de les socialistes i el 12,5% de les nacionalistes.

Pel que fa al volum de les entrades, també trobem una major càrrega textual en els blocs populars. El 76% d'aquestes entrades supera les 50 paraules, al contrari que les socialistes i nacionalistes, les xifres dels quals són del 61% i el 62,5%, respectivament. Aquest punt s'ha d'interpretar amb cautela. La comunicació al web no ha de ser gaire densa, perquè pot esgotar l'usuari que llegeix la informació. En aquest sentit, una càrrega textual excessiva podria ser contraproduent per a una bona comprensió del missatge. Tanmateix, cal dir que només el 7,7% dels blocs populars sobrepassen les 200 paraules per entrada, i el gruix es troba entre les 51 i les 200.

- L'absència de grans temes que preocupen els ciutadans va ser notòria en socialistes i nacionalistes. Mentre que el 77% dels temes de la campanya del Partit Popular eren d'ampli abast; els del PSOE eren el 61,5% i els del BNG, el 37,5%.

D'altra banda, el PP va utilitzar la crisi econòmica i la llibertat lingüística com a temes recurrents en els blocs, amb un 61,5% de la freqüència. Al contrari, el PSOE no va tenir un *leitmotiv* clar sobre el qual recolzar la campanya i va recórrer a la política del canvi com a principal arma contra l'equip de Feijóo, amb un 38,5% dels blocs.<sup>4</sup> Finalment, el BNG es va concentrar en temes locals d'escàs relleu en l'àmbit regional o nacional. La crisi, amb el 25% de les intervencions, va ser el tema de més relleu.

- L'activitat política dels blocs socialistes i nacionalistes gallegos va ser poc important respecte de la popular.

Si bé aquells blocs que demanaven el vot per a la seva causa constitueixen una escassa majoria del 0,8% en els socialistes respecte de la resta, es pot dir que són els blocs populars els que més van mobilitzar el seu electorat contra l'adversari. Així, les al·lusions a aquest són un 76,9% en el PP i un 53,8% en el PSOE.

Per contra, el BNG, malgrat mobilitzar el seu electorat contra

l'adversari en un 75% dels blocs, oblida apel·lar a la campanya política que s'està vivint a Galícia. Només ho fa el 50% dels blocs nacionalistes. Fa la impressió que el BNG basa la seva estratègia en l'oposició al contrincant i oblida potenciar les seves possibilitats en la campanya, cosa que PP i PSOE mantenen sempre present.

Hi ha una altra dada significativa que posa de manifest la bretxa existent entre el PSOE i el BNG, malgrat ser dos partits en coalició. Mentre que el bloc socialista s'esforça per donar una bona imatge del Govern central i autonòmic, no és el cas del nacionalista, que amb prou feines destaca els èxits del seu soci de govern. També criden l'atenció les escasses al·lusions del BNG al Govern central, i bolca la política en l'aspecte local.

- Els recursos expressius i interactius van ser treballats notablement per les forces polítiques, llevat del BNG. Així, la inclusió d'elements multimèdia va ser una constant en la majoria dels blocs populars i socialistes que van recórrer a fotografies i vídeos per fer més rica la informació. En canvi, el 50% dels blocs nacionalistes no van recórrer a cap tipus d'element multimèdia.

Així mateix, si bé la possibilitat de participar en els blocs va ser alta en tots els partits polítics, en el PSOE aquesta faceta es converteix en la norma.

Finalment, quant a l'ús de la llengua, socialistes i populars opten per la diversitat de blocs, i són més freqüents els escrits en llengua gallega en els socialistes i en llengua castellana en els populars. El BNG representa el cas a part, ja que el 100% dels seus blocs estan redactats en llengua gallega.

A continuació es recull una taula que esquematitza els resultats obtinguts en l'anàlisi de contingut desenvolupada.

## Notes

- 1 En el cas del PSOE i del BNG n'hi va haver prou d'accedir al web del partit regional per obtenir el llistat de líders polítics blocs. Per a la consulta del PP va caldre anar al web nacional, ja que el regional no oferia aquestes dades.
- 2 En aquest sentit, s'han descartat altres possibilitats d'expressió al web, com ara els videoblocs, que es caracteritzen per recórrer exclusivament o majoritàriament al format de vídeo per a la interacció.
- 3 Així, mentre que, d'una banda, el candidat popular a la presidència —Feijóo— es negava a reconèixer com a adversari polític el BNG i l'excloïa del possible debat televisat al costat del PSOE, els líders populars l'assenyalen com a adversari en els seus blocs, en la majoria de les ocasions.
- 4 És destacable la paradoxa que el PSOE nacional hagués dut a terme part de la campanya assenyalant les notícies sobre la corrupció del Partit Popular a Madrid i València i, tanmateix, aquest tema gairebé no fos recollit pels blocs socialistes.

Taula 2. Anàlisi de la comunicació i l'activitat política en els blocs dels líders polítics de Galícia

Partits	Intervencions		Activitat política dels blocs				Recursos expressius i interactius				
	Temes de campanya	Nre. entrades	Volum d'entrades	Petició vot	Al·lusions Gov. Central	Al·lusions Gov. autonòmic	Al·lusions campanya	Al·lusions adversari	Participació al bloc	Idioma	Multimèdia
PP	77%	46,1% + de 10 entrades/mes	76% + de 50 paraules	77%	69,2% neg.	84,6% neg.	92,3%	46,1% BNG i PSOE	76,9%	38,5% gallec 45,1% castellà 15,3 ambdós	30,8% fotos 46,1% fotos i vídeos 23% res
PSOE	61,5%	15% + de 10 entrades/mes	61% + de 50 paraules	85%	69,2% pos.	76,9% pos.	85%	30,8% PSOE	100%	69,2% gallec 23% castellà 7,7% ambdós	30,7% fotos 15,3% vídeos 15,3% fotos i vídeos 30,8% res
BNG	37,5%	12,5% + de 10 entrades/mes	62,5% + de 50 paraules	62,5%	12,5% pos.	37,5% pos.	62,5%	75% PP	75%	100% gallec	25% fotos 25% fotos i vídeos 50% res

Font: elaboració pròpia.

## Bibliografia

- ALONSO, J. "Comunicar en el Web: Propuesta de criterios para analizar sitios en Internet", *Tecnocultura*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico, vol. 7 2007-2008. [En línia]  
<<http://teknokultura.uprrp.edu/pdf/alonso.pdf>>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- AMADEO, B. "Comunicación, democracia e internet. La ciberpública como nuevo ámbito de estudio". A: VI Congreso Nacional de Ciencia Política "La política en un mundo incierto". Rosario, 2003. [En línia]  
<<http://www.saap.org.ar/esp/docs-congresos/congresos-saap/V/docs/schmucler/belen-amadeo.pdf>>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- BARDIN, L. *Análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal, 1977.
- DREZNER, D. W.; FARRELL, H. "The Power and Politics of Blogs", ponència presentada a l'Associació Americana de Ciències Polítiques. Toronto, 2004. [En línia]  
<[www.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf](http://www.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf)>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- ESTALELLA, A. "La construcción de la blogosfera: yo soy mi blog (y sus conexiones)". A: CEREZO, J. M. (ed.) (2006) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom España. Fundación Auna, 2007. [En línia]  
<[http://www.fundacionauna.com/areas/25\\_publicaciones/la\\_blogosfera\\_hispana.pdf](http://www.fundacionauna.com/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf)>  
(Consulta: 5 de febrer de 2007).
- GUERRERO, G. "Aplicación del análisis de redes sociales al estudio de la estructura y desarrollo de una red de blogs económicos políticos en Argentina". A: *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*. Universitat de Barcelona, vol. 14, juny de 2008. [En línia]  
<<http://www.raco.cat/index.php/Redes/article/view/115329/144498>> (Consulta: 5 d'abril de 2009).
- FERNÁNDEZ BARBADILLO, P. "Lecciones de Galicia: cuando se llenan las urnas gana el PP". A: *Grupo de Estudios Estratégicos*. Col·laboració núm. 2528, 12 de març de 2009. [En línia]  
<<http://www.gees.org/articulo/6298/>>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- GÓMEZ, G. "Propuesta de Definición de Blogs Políticos a través de la Identificación de Cuatro Características de la Comunicación". A: *Razón y Palabra*. Mèxic, juny-juliol de 2007, núm. 57. [En línia]  
<<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n57/ggomez.html>>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- GONZALO, P. "Los candidatos a las elecciones gallegas y vascas se suman a las herramientas participativas". A: *Periodismo Ciudadano*. Febrer de 2009. [En línia]  
<<http://www.periodismociudadano.com/2009/02/18/los-candidatos-a-las-elecciones-gallegas-y-vascas-se-suman-a-las-herramientas-participativas/>>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- JIMÉNEZ CANO, R. "El 'videoblog', principal herramienta de campaña en Galicia". A: *El País*. Madrid, 14 de febrer de 2009. [En línia]  
<[http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/videoblog/principal/herramienta/campana/Galicia/elpeputec/20090214/elpeputec\\_3/Tes](http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/videoblog/principal/herramienta/campana/Galicia/elpeputec/20090214/elpeputec_3/Tes)> (Consulta: 5 d'abril de 2009).
- KRIPPENDORFF, K. *Metodología del análisis de contenido*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1990.
- LARRAÑAGA, J. "La economía de los weblogs". A: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Universidad Complutense de Madrid, 2007, núm. 13, pàg. 449-468. [En línia]  
<<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11341629/articulos/ESMP0707110449A.PDF>>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- ONETO, J. "Vuelco político en Galicia y Euskadi". A: *Estrella Digital*. Madrid, 2 de març de 2009. [En línia]  
<[http://jabuedo.typepad.com/aula\\_electoral/2009/03/vuelco-politico-en-galicia-y-euskadi-por-josé-oneto.html](http://jabuedo.typepad.com/aula_electoral/2009/03/vuelco-politico-en-galicia-y-euskadi-por-josé-oneto.html)>  
(Consulta: 5 d'abril de 2009).
- ORTIZ BARBA, I. "Blogs políticos". A: *Acta Republicana*. Política y Sociedad. Universitat de Guadalajara, any 5, número 5, 2006. [En línia]  
<<http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/republicana/pdf/ActaRep5/11.pdf>> (Consulta: 5 d'abril de 2009).
- TORRES NABEL, L. C. "Blogs de protesta en el conflicto postelectoral de 2006 en México". A: CARDENAS, M.; MORA, M. (coord) *Ciberoamérica en Red. Escotomas y fosfenos 2.0*. Barcelona: Editorial UOC, 2007, pàg. 104-119.
- VÁZQUEZ NOGUERO, R. "A política no blog: onde está o debate?". A: *Prisma*. Universidade do Porto, núm. 3, octubre de 2006. [En línia]  
<[http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/25\\_roberto\\_vazquez\\_noguerol\\_prisma.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/25_roberto_vazquez_noguerol_prisma.pdf)> (Consulta: 5 d'abril de 2009).
- XUNTA DE GALICIA. *Eleccións ao Parlamento de Galicia 2009. Resultados definitivos*. [En línia]  
<<http://resultadosselecciones.xunta.es/11AU/def.htm>>  
(Consulta: 21 d'abril de 2009).

## Blocs analitzats

- Adriana Viz <<http://adrianaviz.blogspot.com/>>
- Alberto Núñez Feijóo <<http://www.nfeijoo.blogspot.com/>>
- Alfonso Rueda <<http://www.alfonsorueda.blogspot.com/>>
- Ana Pastor <<http://www.pp.es/anapastor/blog.asp>>
- Antonio Erias Rey <<http://antonioeriasrey.blogspot.com/>>
- Anxo Quintana <<http://www.falaconquin.com/bng/quin/>>
- Belén do Campo <<http://www.belendocampo.blogspot.com/>>
- Blas García <<http://blasgarcia.wordpress.com/>>
- Carmela Silva <<http://carmelasilva.blogspot.com/>>
- Diego Calvo <<http://diegocalvopouso.blogspot.com/>>
- Dominga Brión <<http://bng-ribeira.org/domi/index.php/sobre-min/>>
- Eladio Osorio <<http://caldelaodecaldelas.blogspot.com/>>
- Fina Quintáns <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/finaquintans/>>
- Francos Rodríguez <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/francosrodriguez>>
- Iván Puentes <<http://ivanpuentes.com/>>
- Javi Dorado <<http://javidorado.es/>>
- Joaquín García Díez <<http://www.joaquingarciadie.com/>>
- José Blanco <<http://elcuadernodepepeblanco.blogspot.com/>>
- José Luis López Orozco <<http://www.joselopezorozco.com/>>
- José Manuel Becerra <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/xosemanuelbecerra/>>
- José Manuel Lage Tuñas <<http://jmlage.net/blog/2009>>
- Juan Juncal <<http://www.juanjuncal.es/blog/>>
- Loli Rodríguez <<http://www.blogdeloli.blogspot.com/>>
- Lucho Lago <<http://elblogdelucholago.blogspot.com/>>
- Mar Barcón <<http://barconblog.blogspot.com/>>
- Miguel Fidalgo <<http://notasdemiguelfidalgo.blogspot.com/>>
- Paz Abraira <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/pazabraira/>>
- Pepe Crespo <<http://www.pepecrespo.com/>>
- Rafael García Guerrero <<http://rafaelgarciguerrero.blogspot.com/>>
- Raquel Jabares <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/raqueljabares/>>
- Roberto Fernández Lores <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/robertolores/>>
- Sandra González <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/sandragonzaez/>>
- Santiago Amor <<http://santiagoamor.blogspot.com/search?updated-max=2009-03-01T01%3A19%3A00%2B01%3A00&max-results=7>>
- Silvia Carreño <<http://www.silviacarreno.es/>>
- Telmo Martín <<http://www.telmomartin.es/blog/>>
- Víctor Caamaño <<http://www.blogsnacionalistasgalegos.net/victorcaamanho/>>

## Annex I. Líders polítics dels blocs analitzats

PP	PSOE	BNG
Feijóo	Mar Barcón	Francos Rodríguez
Alfonso Rueda	Carmela Silva	Roberto Fernández Lores
Diego Calvo	José Manuel Lage Tuñas	Sandra González
José Crespo	José López Orozco	Dominga Brión
Telmo Martín	Iván Puentes	Raquel Jabares
Javi Dorado	Loli Rodríguez	Xosé Manuel Becerra
Ana Pastor	José Blanco	Paz Abraira
Belén do Campo	Miguel Fidalgo	Fina Quintáns
Joaquín García Díez	Adriana Viz	Víctor Caamaño
Santiago Amor	Lucho Lago	
Juan Juncal	Blas García	
Miguel Prado	Rafael García Guerrero	
Silvia Carreño	Eladio Osorio	

Font: elaboració pròpia.

Al llistat s'han inclòs: presidents, secretaris generals de forces polítiques, coordinadors de partit, alcaldes, regidors, parlamentaris autonòmics, senadors, membres de l'executiva nacional, portaveus municipals i presidents i portaveus de les noves generacions.

No s'ha pogut seleccionar el bloc de l'expresident de Galícia Touriño ja que va ser eliminat dies després de les eleccions. El candidat del BNG, Quintana, no tenia bloc.



## Annex II. Taula de resultats de l'anàlisi

Partits	Líders polítics	Temes candents de campanya	Intervencions		Activitat política dels blocs				Recursos expressius		
		Temes de campanya	Nre. entrades	Volum d'entrades	Al·lusions Gov. central	Al·lusions Gov. autonòmic	Al·lusions campanya	Al·lusions adversari	Participació al bloc	Idioma	Multimèdia
PARTIT POPULAR	Alberto Núñez Feijóo	1,4,6	1	2	2	2	1	2,3	1	1	1
	Alfonso Rueda	4	1	2	0	2	1	2,3	0	1	1
	Diego Calvo	1,4,6	4	2	2	2	1	2,3	1	2	3
	Pepe Crespo	0	2	2	2	0	1	0	0	1	1
	Telmo Martín	1,4,5,6	3	2	2	2	1	2,3	1	1	0
	Javi Dorado	5	1	1	0	2	0	2	1	2	0
	Ana Pastor	1,4,5,6, 12	3	3	2	2	1	2,3	0	2	1
	Belén do Campo	0	3	2	2	2	1	0	1	2	3
	Joaquín García Díez	1,10	1	2	2	2	1	2	1	3	0
	Santiago Amor	0	1	1	0	2	1	0	1	3	3
	Juan Juncal	1,4,6	3	2	2	2	1	2	1	2	3
	Miguel Prado	1	2	1	0	0	1	2	1	2	3
	Silvia Carreño	1,4,6, 14	4	2	2	2	1	2,3	1	1	3
	PARTIT SOCIALISTA	Mar Barcón	3, 8, 14	3	2	1	1	1	1	1	2
Carmela Silva		1,2,15	2	2	1	1	1	1	1	3	3
José Manuel Lage Tuñas		3	1	1	0	1	1	0	1	2	1
José López Orozco		3	1	3	1	1	1	0	1	1	0
Iván Puentes		0	1	2	0	1	1	0	1	1	2
Loli Rodríguez		1,3,7,8,9	2	1	1	1	1	1	1	1	3
José Blanco		1, 2, 3, 11	2	3	1	1	1	1	1	2	0
Miguel Fidalgo		0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
Adriana Viz		7	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Lucho Lago		0	1	2	0	0	0	1	1	1	0
Blas García		0	3	2	1	1	1	0	1	1	3
Rafael García Guerrero		0	2	1	1	0	1	0	1	1	1
BLOC NACIONALISTA GALLEC	Eladio Osorio	2,7, 1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
	Franco Rodríguez	1, 4	1	2	0	0	0	1	1	1	0
	Roberto Fernández Lores	0	2	2	0	1	1	1	1	1	3
	Santiago Domínguez	1	1	2	0	1	0	0	1	1	0
	Dominga Brión	0	3	1	0	1	1	1	1	1	1
	Raquel Jabares	0	2	1	0	0	1	1	0	1	0
	Xosé Manuel Becerra	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0
	Paz Abreira	8	2	2	1	0	1	1	1	1	1
	Fina Quintáns	0	2	2	0	3	1	0	0	1	3

Font: elaboració pròpia.

### Annex III. Protocol d'anàlisi

El protocol d'anàlisi s'ha dividit en quatre grans blocs: els temes candents de la campanya, les intervencions, l'activitat política dels blocs i els recursos expressius.

#### A) Temes candents regionals i nacionals

0. No hi ha temes candents
1. Crisi econòmica i desocupació
2. Corrupció del Partit Popular a Madrid i València
3. El canvi/les millores de Galícia
4. Llibertat lingüística
5. Quintana com a problema: fotografia del iot, estafa del seu cunyat...
6. Touriño com a problema: despeses excessives, clientelisme...
7. La tornada de Fraga
8. El debat televisat
9. L'acomiadament lliure
10. Malbaratament econòmic del Govern gallec
11. Els insults de José Luis Baltar
12. ETA
13. Feijóo com a problema: les seves mentides...
14. Garzón, Bermejo i la cacera
15. El *decretazo*

#### B) Intervencions

Nombre d'entrades/mes

1. Entre 1 i 5
2. Entre 6 i 10
3. Entre 11 i 20
4. Més de 21

Volum de les entrades

1. Entre 0 i 50 paraules
2. Entre 51 i 200 paraules
3. Més de 201 paraules

#### C) Activitat política dels blocs

Petició del vot:

0. No
1. Sí

Al·lusions al Govern central

0. Sense al·lusions
1. Positives
2. Negatives
3. Neutres

Al·lusions al Govern autonòmic

0. Sense al·lusions
1. Positives
2. Negatives
3. Neutres

Al·lusions a la campanya

0. No
1. Sí

Al·lusions a l'adversari/els adversaris

0. No n'apareixen
1. PP
2. PSOE
3. BNG
4. D'altres

#### D) Recursos expressius i interactius

Participació al bloc (entrades)

1. Sí
0. No

Idioma del bloc

1. Gallec
2. Espanyol
3. Ambdós

Elements multimèdia

0. No
1. Fotografia
2. Vídeos
3. Ambdós