

# Silencio, se vota

Notas de campañas  
(1999-2019)

Gabriel Colomé



COLECCIÓN  
VOLVERÁS  
A LA POLIS



COMARES





**SILENCIO, SE VOTA**  
**Notas de campañas (1999-2019)**



Gabriel Colomé

# Silencio, se vota

Notas de campañas  
(1999-2019)



EDITORIAL COMARES

Granada 2020

COLECCIÓN  
**VOLVERÁS  
A LA POLIS**



DIRECTOR DE LA COLECCIÓN

Ángel Valencia Sáiz (Catedrático de Ciencia Política de la Universidad de Málaga)

COMITÉ EDITORIAL

Manuel Arias Maldonado (Profesor Titular de Ciencia Política de la Universidad de Málaga)

José Manuel Canales (Catedrático de Ciencia Política de la Universidad de Alicante)

Arantxa Elizondo (Profesora Titular de Ciencia Política de la Universidad del País Vasco)

Nieves Lagares (Profesora Titular de Ciencia Política de la Universidad de Santiago de Compostela)

Carmen Navarro (Profesora Contratada Doctora de la Universidad Autónoma de Madrid)

Pablo Oñate (Catedrático de Ciencia Política de la Universidad de Valencia)

Inmaculada Smolzka (Profesora Titular de Ciencia Política de la Universidad de Granada)

Pere Vilanova (Catedrático de Ciencia Política de la Universidad de Barcelona)

Fernando Vallespín (Catedrático de Ciencia Política de la Universidad Autónoma de Madrid)

Diseño de colección:  
Virginia Vílchez Lomas

© Gabriel Colomé

© Editorial Comares, S.L.

Polígono Juncaril

C/ Baza, parcela 208

18220 • Albolote (Granada)

Tlf.: 958 465 382

[www.comares.com](http://www.comares.com) • E-mail: [libreriacomares@comares.com](mailto:libreriacomares@comares.com)

[facebook.com/Comares](https://facebook.com/Comares) • [twitter.com/comareseditor](https://twitter.com/comareseditor) • [instagram.com/editorialcomares](https://instagram.com/editorialcomares)

ISBN: 978-84-1369-053-7 • Depósito Legal: Gr. 1194/2020

Fotocomposición, impresión y encuadernación: COMARES

«Vamos a hacer que haya más debate en este país, ese será nuestro legado»

Leo MCGARRY



# SUMARIO

REFLEXIONES DE CAMPAÑA . . . . .	1
INTRODUCCIÓN . . . . .	5
NOTA INTRODUCTORIA . . . . .	7
La arena política mediática . . . . .	9
NOTA 1.—LOS CLÁSICOS . . . . .	13
Comunicación política . . . . .	14
Actitudes políticas . . . . .	16
Participación política . . . . .	17
¿La alta o baja participación se debe al sistema electoral? . . . . .	19
Los modelos de comportamiento electoral . . . . .	20
Generaciones. . . . .	23
Las campañas . . . . .	26
NOTA 2.—EL POLÍTICO, LA POLÍTICA Y LOS PARTIDOS . . . . .	27
El político y la política . . . . .	27
¿Cómo interpretar los cambios de humor del electorado? . . . . .	29
¿La política es la lucha por el poder o por las ideas? . . . . .	30
¿Hasta qué punto la política es teatro? . . . . .	31
El síndrome. . . . .	31
Igualdad . . . . .	32
Los partidos . . . . .	33
¿Las primarias como método? . . . . .	36
¿Es mejor la separación de los liderazgos, en electoral y de partido, o deben sumarse en la misma persona? . . . . .	39
¿Hay futuro para los partidos? . . . . .	39
NOTA 3.—MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PODER . . . . .	41
¿Qué papel juegan los medios de comunicación en la política? . . . . .	41
¿Qué papel juegan los medios de comunicación durante el periodo electoral? . . . . .	42

Televisión pública . . . . .	44
Agenda política: ¿políticos o medios de comunicación? . . . . .	45
Medios de comunicación en campaña: un ejemplo. . . . .	46
NOTA 4.—LA GUERRA INVISIBLE . . . . .	51
El malestar democrático: populismo y posverdad . . . . .	51
El laboratorio catalán. . . . .	57
<i>Sharp power</i> y el <i>russiagate</i> . . . . .	63
NOTA 5.—LAS CAMPAÑAS . . . . .	69
La estrategia de comunicación . . . . .	70
Un dóberman en campaña . . . . .	73
Las encuestas . . . . .	74
¿influyen las encuestas en los electores? . . . . .	75
Sobrevivir a la sondeomanía. . . . .	75
El plus del gobierno . . . . .	78
Debates políticos en televisión. . . . .	79
<i>Big Data</i> . . . . .	81
Trump . . . . .	84
El día después es el primero de la siguiente campaña. . . . .	88
¿Hasta dónde llega la responsabilidad política de la derrota para un líder? . . . . .	88
<i>Transition Team</i> . . . . .	89
Teoría del fusible. . . . .	92
NOTA 6.—LOS CASOS . . . . .	95
Cataluña '99: la espiral del silencio . . . . .	95
España '04: después de la tragedia . . . . .	100
Datos demoscópicos del 11-14 de marzo. . . . .	105
USA '08: <i>I have a dream... Yes, we can</i> . . . . .	108
Algunos apuntes históricos . . . . .	108
La campaña primaria . . . . .	110
Los vicepresidentes . . . . .	111
La campaña presidencial . . . . .	111
Los datos Obama-McCain . . . . .	112
USA '08: <i>The West Wing</i> en campaña . . . . .	116
BIBLIOGRAFÍA. . . . .	127
POST SCRIPTUM. . . . .	131

## REFLEXIONES DE CAMPAÑA

En 1988, gracias al profesor Jesús M.<sup>a</sup> Rodés y su relación con el consulado general estadounidense en Barcelona, unos colegas del antiguo departamento de Derecho Político de la Universidad Autónoma de Barcelona y yo fuimos invitados por el Gobierno de los EE.UU a presenciar en directo las elecciones presidenciales entre George W. Bush y Michael Dukakis. No hay nada mejor que un buen combate en directo, sobre todo si la sangre vertida sobre la arena es política y rojiazul.

Un grupo de 129 personas de diferentes países nos reunimos en Washington DC para seguir la campaña presidencial día a día, una experiencia imborrable. En la capital del país, asistimos a varios seminarios con expertos que nos situaron en la realidad política y una mayor comprensión de lo que íbamos a vivir. La idea es que conociéramos la idiosincrasia americana desde el terreno, para lo que fuimos divididos en grupos de ocho. Mi destino, con Xavier Pibernat fue Dallas (Texas), donde asistimos al mitin final de campaña republicana en Fort Worth en un estadio de rodeos con Ronald Reagan como súper estrella. Mientras, Jesús M.<sup>a</sup> Rodés, Josep M.<sup>a</sup> Sanahuja y Francesc de Carreras fueron a Albuquerque (Nuevo México).

El día electoral consistió en una visita a colegios electorales en Baltimore, y una noche victoriosa para los republicanos tras una de las campañas negativas más sucias de la historia contra el candidato demócrata. El periplo acabó en Nueva York. Esos quince días tuvieron un impacto enorme en mí y marcaron, en cierta forma, mi futuro académico.

Y es que a través de aquellas dos semanas reviví mi pasado, el de un niño que a los 4 años de edad (1960) llegó a vivir a Bruselas, estancia que duró una década, en Saint-Josse-ten-Noode, gobernado por un alcalde socialista en pleno apogeo del estado de bienestar. Ello significó una educación y una cultura francófonas, además de la vivencia democrática. Crecí en un país que sufrió la ocupación nazi y asistí a un colegio cuyo nombre era de un profesor resistente fusilado Joseph Delclef. El rastro de la ocupación nazi y la liberación por las tropas aliadas anglo-americanas: eso marca para siempre.

La campaña del 88 activó en mí esa conexión con aquel mundo. Recordé el desfile del 11 de noviembre de los veteranos de la Gran Guerra, esa que debía acabar con todas las demás; recordé al rey-soldado Alberto I, la celebración de la liberación por las tropas aliadas, las visitas a los memoriales de la batalla de las Ardenas, en Bastogne, o la visión del primer tanque británico, igual que un monumento, que entró en Amberes como recuerdo a las puertas de la ciudad; también la visita escolar al campo de concentración de Breendonk a los doce años. Sólo habían pasado 15, 20, 25 años del final de la II Guerra Mundial.

En esos años belgas, que incluyeron el mítico 68, descubrí maravillado la campaña de Bobby Kennedy y su asesinato. Aún conservo las revistas de su funeral; aquellos días marcaron mi destino sin aún saberlo.

Bruselas es, también, el recuerdo de los exiliados republicanos derrotados en la Guerra de España. Verlos, siendo un crío, sin saber aún en qué consistía su lucha y su derrota. Mourir à Madrid.

La campaña electoral de 1988 activó en mí lecturas, documentales y películas; me convertí en un aficionado a la historia política de los Estados Unidos, latente desde la campaña de Bobby.

La creación posterior del Máster de Marketing Político de la UAB, impartido en el Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS) tuvo su origen en un seminario de la revista *Campaigns & Elections* celebrado en Washington DC en 1996. Allí surgió la idea de trasladar los conocimientos de los consultores demócratas y republicanos a las campañas de nuestro país, y formar así nuestros propios especialistas en una época donde la consultoría política era muy minoritaria. Visto en perspectiva, fue un acierto.

En el 2000, el consulado general de EE.UU en Barcelona me invitó a participar en el Programa Internacional de Visitantes para seguir en directo las primarias de aquel año: Gore vs Bradley y Bush jr. vs McCain. En aquellas tres semanas emocionantes, a sugerencia de Isidre Molas, fui tomando notas que dieron lugar a *El Príncipe mediático*. Es curioso que los ulteriores Príncipes sigan el calendario presidencial. La victoria de Bush jr. acabó en Florida gracias al vuelo de una mariposa.

En 2008 tuvimos la suerte, gracias de nuevo al consulado general estadounidense en Barcelona, de poder asistir a las primarias entre Barack Obama y Hillary Clinton, y vivir, en Nueva York, la noche electoral del supermartes. Obama conseguiría una victoria histórica en noviembre.

No hace falta decir que con mis compañeros de viaje nos hicimos todas las fotos en los lugares más emblemáticos de nuestra serie fetiche: *The West Wing*. Nos une nuestra pasión por las campañas electorales, la política y la participación activa.

2016. La gran sorpresa: Donald Trump, nuevo Presidente. En directo desde Washington DC, asistiendo al Seminario organizado por el Centro Político de Miami. Tres días entre expertos en el *Election Day*.

El lunes previo todo apuntaba a la victoria de Hillary Clinton. Recuerdo que, de todos los ponentes, tan solo uno apuntó que Trump podía ganar, ponente experto en redes sociales. *Of course*.

El martes por la noche se produjo el vuelco electoral y Trump venció ante la sorpresa de propios y extraños. El candidato republicano, amigo de Roger Ailes, el cerebro de Fox News, que derrotó a 17 republicanos en las primarias y ganó las elecciones contra su partido. Trump, el candidato *anti-establishment*, el Presidente-twitter, se situaba en la misma onda de nacional-populismo que había invadido muchas otras democracias como efecto de la crisis económica del 2008.

Mi bautismo de fuego electoral tuvo lugar en 1999 en la campaña de Pasqual Maragall para la presidencia de la Generalitat, de la mano de su director de campaña, Xavier Roig.

Desde aquel año, muchas otras se han sucedido con la alegría de la victoria o la tristeza de la derrota, pero sabiendo que unas u otras son experiencias que nos enseñan a valorar el trabajo de los equipos y de la gente que hace posible que las campañas funcionen.

Académico, periodista, político, analista..., son partes de un todo dedicado a una idea: el servicio público, a su vez un ideal.

He compaginado mi vida académica universitaria con varios cargos públicos; he sido director de prensa de ciclismo en los Juegos Olímpicos de Barcelona'92; director del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) en el Gobierno de la Generalitat; concejal en el Ayuntamiento de Barcelona; asesor de comunicación en el Ministerio de Asuntos Exteriores. Desde esos balcones, he asistido a otro punto de vista de la política y su gestión. Teoría y praxis, las dos caras de la comunicación política.

Este libro se compone de notas de reflexión en torno a diferentes aspectos de las campañas electorales. Comprende veinte años de análisis, participación y enseñanza. Las he compilado para todos aquellos que siguen esperando que el presidente fetiche Jed Bartlet y su equipo vuelvan algún día.

Barcelona, 2020



*Silencio, se vota* es un libro escrito a partir de las experiencias del autor en campañas electorales desde 1999 hasta 2019. Campañas electorales, pasión por la política y poder participar de manera activa en ellas. La primera fue, en 1999, en la campaña Maragall para la presidencia de la Generalitat como analista de encuestas y el periplo finaliza, en 2019, como director de la campaña Borrell para las elecciones europeas.

Este libro se compone de notas de reflexión a lo largo de 20 años en torno a diferentes aspectos de las campañas electorales y la comunicación política desde la mirada de un académico de la ciencia política. Es en esta lógica que el libro no se estructura en capítulos, sino en notas de campañas.

*Silencio, se vota* habla de los actores, de la opinión pública y publicada, de las estrategias, de los mensajes, del papel de los medios de comunicación y de tres casos de campañas analizadas. La campaña Maragall de 1999 cuando se rompió la espiral de silencio. La campaña de 2004 y la tragedia de Atocha. La campaña de Obama de 2008 y la ayuda que obtuvo del equipo del Presidente Bartlet.

20 años de analizar, participar o enseñar comunicación política, escritas y compiladas para todos aquellos que siguen esperando que el presidente Bartlet y su equipo vuelvan algún día. *Silencio, se vota*.



COMARES  
editorial

