

L'ESPIRAL DEL SILENCI

GABRIEL COLOMÉ
PROFESSOR DE CIÈNCIA POLÍTICA UAB

En períodes electorals, quan el soroll de la campanya no deixa sentir el batec de la raó, és bo analitzar alguns dels fenòmens que tenen influència en el resultat final però que no són evidents ni visibles a priori.

James Carville, assessor de Bill Clinton, després de dos mesos de feina amb el laborista israelià Ehud Barak, li va dir que se'n tornava a casa just el dia abans de començar la campanya, ja que tot estava fet i només podia guanyar. Barak va guanyar aquelles eleccions contra el primer ministre Netanyahu. És cert que tot, o quasi tot, està fet abans de l'inici formal de la campanya electoral i un dels factors a tenir en compte és si existeixen elements que poden distorsionar el resultat final. Un d'aquests elements distorsionadors és **l'espiral del silenci**.

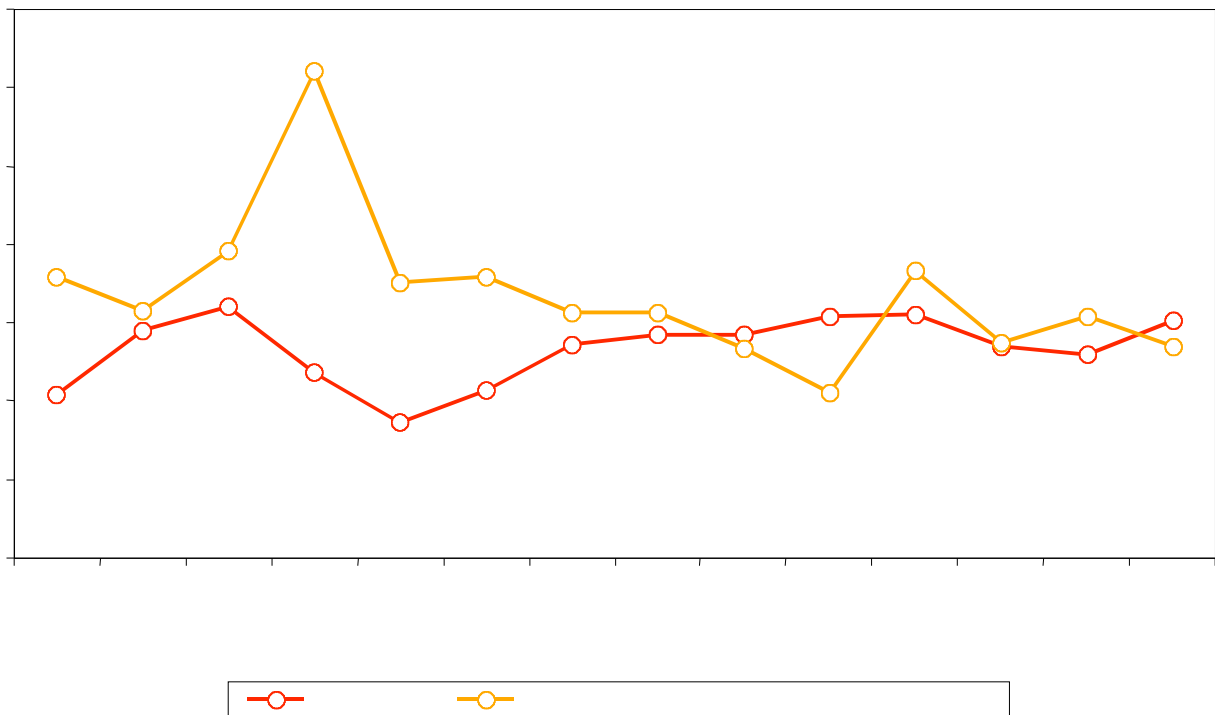
Una de les tasques prèvies en tota campanya es realitza en la fase anomenada de la Bibiloteca, és a dir, la fase d'investigació on es radiografia l'electorat, on es fixa el missatge, s'elabora el pla de campanya i s'estudien les enquestes qualitatives i quantitatives. És en aquesta fase on es busca si en l'elecció que es prepara existeix o no espiral del silenci.

Què s'enten per espiral del silenci? Aquest concepte va ser descrit per una sociòloga alemanya Elisabeth Noelle-Neumann. “La hipòtesis que havia que comprobar era si los diferentes grupos de opinión diferían en su disposición a defender públicamente sus puntos de vista y convicciones. La facción más dispuesta a proclamar su posición tendrá un mayor impacto e influirá más, por tanto, en los demás, que podrían acabar incorporándose a su grupo de seguidores aparentemente mayor o creciente” (E. Noelle-Neumann, 1995, p 37).

Les persones capten els climes d'opinió que es convertiran en opinió pública. Com afirma Noelle-Neumann, la gent té por a l'aïllament social, no vol ser marginada del grup social i per tant quan capta que es troba en minoria, calla. Aquest silenci fa que s'imposi una opinió sobre les altres possibles.

Una manera de formar l'espiral del silenci és amb la creació d'un clima d'opinió favorable o desfavorable amb una opció política.

Si analitzem, per exemple, el període 1989-1996 de la política espanyola es pot comprovar com la combinació del discurs del Partit Popular i els mitjans de comunicació van aconseguir que poc a poc es fixés una imatge determinada del govern socialista. És cert que els casos de corrupció eren visibles, no tants com es volia fer creure, però en tot cas evidents per a l'opinió pública i l'opinió publicada. La síntesi d'aquests anys de tensió i crispació política es resumeixen en dues frases lapidàries, pronunciades per José M^a. Aznar: “*Paro, despilfarro y corrupción*” y “*Váyase, señor González*”. Com diu Noelle-Neumann “El factor decisivo es cuál de los dos bandos de una controversia tiene la fuerza suficiente como para amenazar al bando contrario con el aislamiento, el rechazo y el ostracismo”. (E. Noelle-Neumann, 1995, p 289)



Font: Sondeigs ICPS 1989-2002

Si s'analitzen les enquestes d'opinió de l'època es pot veure com desapareix l'electorat socialista en el segment de *no sap/no contesta*. El clima d'opinió creat entorn de "socialista igual a corrupte" es va convertir en espiral del silenci. Quan aquest fenomen actua, el partit afavorit guanya les eleccions perquè no té contrincant en l'espai de debat públic. Uns imposen la seva opinió als altres, que s'amaguen de les seves sigles. Quan això passa, uns han guanyat abans de començar la campanya.

En síntesi, en paraules de Noelle-Neumann: "los que confían en la victoria se pronuncian y los perdedores tienden a callarse". (E. Noelle-Neumann, 1995, p 40)

Però on ha actuat més temps l'espiral del silenci ha estat a Catalunya en les eleccions autonòmiques a favor de CiU. L'origen cal situar-lo en la primera campanya de març de 1980. Les dades, poques, de què es disposava a l'època donaven com a guanyador el Partit dels Socialistes de Catalunya, ja que era l'opció política que havia guanyat les tres eleccions celebrades fins aleshores (generals 1977-1979 i municipals 1980).

Jordi Pujol no havia trobat encara el discurs que el portaria a guanyar elecció rera elecció.

1980 és la data fundacional de la creació d'un clima d'opinió que es convertirà en espiral del silenci. El publicista responsable de l'estratègia guanyadora de CiU va ser Joaquín Lorente, que ha explicat quins van ser els ítems sobre els quals es van basar per crear aquest clima.

Diu Lorente: “Puesto que parecía inútil hablar a los muchos convencidos de UCD y del PSOE-PSC de aquel momento, recomendé una fortísima segmentación de mercado: dirigirnos con gran contundencia al público con motivación catalanista y hacerles entender la diferencia que existía entre los otros partidos y el nuestro. Lo que podía parecer una desventaja, convertirlo en un claro posicionamiento de ventaja. No ocultar ni diluir nuestra propuesta, todo lo contrario, potenciarla” (J.Lorente, 1986, p223).

Així neix el concepte de “sucursal” i de “sucursalisme” i la seva variant que es refereix a uns partits amb dependència de Madrid. El sil·logisme seria: PSC igual a PSOE. PSC igual a sucursal del PSOE.

En aquesta línia, alguns eslògans de la campanya de 1980 de CiU van ser els següents:

- CATALUNYA NO POT SER UNA SUCURSAL NI UN CONILLET D'EXPERIMENT
- NO! NO!NO! AQUEST POBLE NO POT SER UNA SUCURSAL
- CATALUNYA: VOLS SER TU O UNA SUCURSAL?
- EN ELS NOSTRES MÍTINGS NO PORTEM NINGÚ DE MADRID. PERQUÈ NO DEPENEM DE MADRID

Continua Lorente “Así propuse y nació el eje *Catalunya no pot ser una sucursal* (Cataluña no puede ser una sucursal), un tipo de lenguaje nuevo en política, absolutamente claro para todos y asimilable para bastantes. Convergència i Unió se presentaba como gran defensor de las aspiraciones de Cataluña: sólo dependía de los

votos de sus ciudadanos. Los grandes partidos eran en Cataluña, para el público y lógicamente muchas veces en la práctica, subsidiarios de las decisiones que se tomaban en sus sedes centrales” (J Lorente, 1986, p223)

És cert que aquest concepte de "sucursal" va reeixir en l'opinió pública i es convertí en espiral del silenci. Encara que la història és cruel, ja que els socialistes en aquell moment tenien grup parlamentari propi al Congrés dels Diputats i, per tant, aquesta acusació no era certa. Però en política la percepció és la realitat. Recordem, a més, que els socialistes varen perdre perquè una part del seu electorat es va abstenir (la famosa abstenció diferencial) i després en posteriors eleccions una altra part del seu electorat votarà CiU (vot dual). La pèrdua del grup parlamentari per la reforma del reglament del Congrés de Diputats, que deixà a CiU l'etiqueta fins avui en dia de minoria catalana i d'únics representants de Catalunya, no va afavorir les opcions socialistes. A més, la posició contradictòria en el debat de la LOAPA va ser un altre motiu per alimentar l'espiral del silenci.

Deia Walter Lippmann que “el que se hace con los símbolos que contiene en ese momento la sensibilidad pública, controla los caminos de la política pública” (E. Noelle-Neumann, 1995, p191).

Les eleccions al Parlament de Catalunya de 1984 van ser l'inici de l'hegemonia de CiU en l'espai autonòmic. Jordi Pujol obté la majoria absoluta que anirà repetint fins al 1995. CiU de 1984 a 1995 ha guanyat abans de començar la campanya perquè ha aplicat de manera implacable els criteris de repetició de mantenir el clima d'opinió per alimentar l'espiral del silenci: donar arguments per mantenir la majoria social de l'opinió pública i fer que els adversaris no s'atreveixin a manifestar-se. Quan un parla i els adversaris callen, ja has guanyat perquè un parla i imposa la seva opinió. A Catalunya aquest fenomen ha estat la tònica habitual en l'espai electoral autonòmic.

A més, cal tenir en compte que actua un segon fenomen que cal tenir present. Els mitjans de comunicació tenen un comportament que té efectes sobre els resultats finals d'una elecció, és l'anomenat **clima de doble opinió**. Aquest fenomen és possible quan existeix una diferència entre el clima percebut per la població i el clima representat pels mitjans.

El clima de doble opinió és bàsic en les campanyes electorals ja que pot haver una contradicció entre allò que pensa la població sobre un candidat o un partit com a possible guanyador i allò que pensen els mitjans, que pot ser el contrari. Qui guanya en aquests casos?

Sempre guanyen els mitjans, ja que són els transmissors, són els ulls de l'opinió pública, en paraules de Walter Lippman. És cert que aquesta influència dels mitjans es realitza, predominantment, de manera inconscient.

En aquesta línia, analitzar els mitjans i llur comportament durant les campanyes és un element per obtenir més llum sobre aspectes que normalment no es tenen en compte, però que són de molta importància, ja que els resultats finals depenen, en gran mesura, del tractament que rebran els polítics i els partits.

A més, cal tenir en compte que les imatges que es formen els electors vénen determinades en el temps i no en els quinze dies legals de durada d'una campanya.

Entre la realitat i la percepció, els mitjans són creadors de percepcions, positives o negatives, però ja se sap que en política, la percepció és la realitat i els mitjans no són uns simples observadors. A vegades, són també actors directes de l'arena política.

A Catalunya ha actuat alhora l'espiral del silenci i el clima de doble opinió. Aquests dos factors convertien les eleccions autonòmiques en una cita electoral molt predeterminada.

Les eleccions de 1999 representen la fi de l'espiral del silenci a Catalunya. Molts factors hi intervenen, però el més important, segurament, és la creació d'un clima d'opinió favorable al concepte de canvi. L'espiral del silenci es trenca quan en la controvèrsia els dos tenen arguments i un no s'imposa sobre l'altre, ni s'amaga per por a l'aïllament. 1999 és l'inici del debat de dos arguments. Deixa d'existir el monòleg en la política catalana. L'opció Maragall, la creació de la plataforma electoral Ciutadans pel Canvi, l'ampliació de l'espai electoral socialista i l'aliança amb Iniciativa per Catalunya són alguns factors positius per crear un clima d'opinió diferent. Uns altres factors que van actuar de manera negativa en el projecte

hegemònic de CiU van ser els 19 anys de govern, el cansament de la figura de Jordi Pujol, vista com el final del patriarca, la sotregada electoral en les eleccions municipals amb la pèrdua de 200.000 vots camí de l'abstenció. La combinació de tots aquests factors i d'altres tenen un efecte de fractura del monolitisme en l'espai polític català. A partir d'aquell moment torna a haver-hi la remor de les paraules plurals. Els cinc partits parlamentaris són presents. CiU deixa de ser l'única veu. Les palmeres de l'oasi català comencen a moure's per primer cop des de 1984.

Bibliografia

- Alvaro, FM (2003), Ara sí que toca, Barcelona (Ed 62)
- Colomé, G (2001), El Príncipe Mediático, Barcelona (Mediterranea)
- Colomé, G (1989), El Partit dels Socialistes de Catalunya, Barcelona (Ed 62)
- Culla, J B (Ed) (2001), El pal de paller CDC (1974-2000), Barcelona (Pòrtic)
- Lorente, J (1986), Casi todo lo que sé de publicidad, Madrid (Folio).
- Lorés, J (1985), La transició a Catalunya (1977-1984). El pujolisme i els altres, Barcelona (Empúries).
- Marcet, J (1984), Convergència Democràtica de Catalunya. El partit i el moviment polític, Barcelona (Ed 62)
- Maarek, Ph J, (1997), Marketing político y comunicación, Barcelona (Paidós).
- Noelle-Neumann, E (1995), La espiral del silencio, Barcelona (Paidós)