

JOSÉ ZARAGOZA / Director de campaña de José Montilla

## «El arma secreta de la campaña del PSC ha resultado ser David Madí»

LEONOR MAYOR  
EL MUNDO, 26.10.06

BARCELONA.- La campaña catalana se ha americanizado. Las nuevas estrategias de CiU han dado un protagonismo quizá involuntario a los directores de campaña. El del PSC, José Zaragoza, explica en esta entrevista cómo contrarresta su partido las inesperadas e impactantes iniciativas de los nacionalistas.

P.- ¿Cómo valora la forma en que CiU plantea su campaña?

R.- La campaña de CiU se corresponde con el perfil de su candidato: es agresiva, descalificadora, muy en contra del adversario. Coincide con el perfil que Artur Mas ha adquirido durante los tres últimos años de oposición, que ha sido de descalificación constante. Podría recitar ahora la serie de improperios que Mas le ha dedicado a Pasqual Maragall, desde delirium tremens, hasta otras cosas que describen una actitud muy agresiva en lo personal. La campaña que han escogido tiene que ver con la descripción del candidato de CiU, que es prepotente.

P.- ¿Qué consecuencias puede tener esa agresividad para el PSC?

R.- Los sectores más sensatos de la sociedad catalana que habían apoyado a CiU se han distanciado. Así, se ha visto como su candidatura se desinfla en todas las encuestas y en todos los escenarios. Es un error, porque pone la campaña en un nivel de tensión que no aporta nada.

P.- ¿Es suficiente la respuesta del PSC? ¿No deberían optar por una estrategia más impactante?

R.- Nosotros no somos de su estilo, somos más explicativos, más sensatos. La línea de nuestra campaña es la de presentar cosas concretas. La gracia está en la globalidad. Nuestra campaña es la suma de cosas que le dan eficacia y

no el fogonazo. Lo nuestro es un paquete compacto de seriedad, de eficacia, de solidez. Lo de CiU son fogonazos puntuales cargados de agresividad.

P.- Pero ellos dosifican sus mensajes y los administran de tal manera que acaparan todos los titulares...

R.- Ideas como la del carné del buen inmigrante no son propuestas, sino fogonazos de marketing: la gente está preocupada por un tema, buscan una frase y la sueltan. Pero cuando te adentras te das cuenta de que es una frivolidad, detrás no hay nada. Lo que ellos proponen no solamente no soluciona ningún problema, sino que crea más. Por el contrario lo que nosotros hemos hecho ha sido reservar cosas, como las propuestas del candidato que se van conociendo poco a poco. Sería el caso de sus iniciativas fiscales, que presentó ayer [por el martes] o la de que el metro abra por la noche los sábados y festivos. Son propuestas concentradas en problemas reales, es un planteamiento programático y no mediático como el de ellos.

P.- Entonces, me puedo imaginar lo que opina de lo del notario...

R.- Es un buen ejemplo de ese planteamiento mediático: ir al notario a representar ante los medios de comunicación que estás firmando una cosa que no estás firmando. Además, esa firma no tiene efectos jurídicos, como el propio Mas reconoce. Es un carnaval de tonterías, de clases de marketing, pero al entrar en ellas no hay nada.

P.- A pesar de todo, ¿no tiene la sensación de que el PSC no logra tanto protagonismo en los medios de comunicación?

R.- No sé qué piensa la gente, pero con propuestas como la de que Cataluña forme selecciones deportivas con Andorra, que lanzaron en la campaña de 2003, no creo que consigan muchos votos. Es falta de sustancia, de contenido. Luego el candidato se desinfla. Al contrario, el contraste nos va bien entre una persona frívola, que no tiene criterio y una seria, como Montilla, que sabe el porqué de las decisiones que está tomando. Eso nos beneficia.

P.- Supongo que el diseño de la campaña del PSC habrá sido más complejo ante el cambio precipitado de Maragall por Montilla. ¿Cómo han reaccionado ante el cambio de candidato?

R.- Evidentemente, las campañas vienen muy determinadas por el candidato. Pero Maragall y Montilla tienen en común la gestión, en eso hay un trabajo hecho. Aun así, sus personalidades son diferentes. Montilla es más reflexivo, más pausado, con un carácter más tranquilo.

P.- Miquel Iceta fue el responsable de la campaña de 2003. ¿Ha afectado el cambio de director en las estrategias socialistas?

R.- La diferencia es que ahora estamos gobernando. En 2003 nos presentamos a una campaña desde la oposición. Ahora podemos presentar un balance y, además, una batería de propuestas nuevas.

P.- El objetivo del nuevo candidato es el de despertar a esa bolsa de votantes que se abstiene en las autonómicas y no en las generales, ¿cuál es el camino para lograrlo?

R.- Podemos contraponer la labor del Gobierno de CiU a la nuestra. Ellos han gobernado durante ocho años con el PP. Los números son tan brutales que juegan a nuestro favor; los números de hospitales, de carreteras, de mossos, de juzgados, de escuelas, de médicos, de maestros nos dan credibilidad.

P.- Y para ganarse al electorado, ¿cómo presentan a Montilla?

R.- Tal como es. Una persona seria que en momentos difíciles defendió las libertades de Cataluña contra el franquismo. Mas y Montilla tienen la misma edad, pero, en esos momentos, Mas estaba en su casa, muy legítimo, pero en su casa.

P.- Estudiando...

R.- En su casa. Además, no tuvo responsabilidad política hasta que entró en la Generalitat enchufado, no por oposición, no es funcionario. También muy legítimo, pero da una idea de las trayectorias, eso no es mejor ni peor, es así.

P.- La prensa está a la espera del contraataque socialista, ¿veremos en los próximos días alguna iniciativa contundente del PSC?

R.- Al PSC la campaña se la ha hecho Mas. Nuestra arma secreta ha resultado ser David Madí.