



# **Treball Final de Grau**

## ***Resum executiu***

La campanya permanent municipal i el candidat:  
què preval més?

*El cas del PSC de Gelida durant la legislatura 2015-2019*

**Marta Rius Nicolau**  
1493895

Tutor: Gabriel Colomé García

Bellaterra, 20 de maig del 2022

Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia  
Grau en Ciència Política i Gestió Pública

Malgrat que està estipulat que les campanyes electorals només es desenvolupen durant quinze dies, la societat interconnectada i mediatitzada en la qual vivim actualment ha convertit les campanyes en permanents i el candidat en la campanya, ja que actua com a personificació del projecte electoral.

Atenent a aquest canvi de paradigma, l'objecte d'aquest treball és analitzar aquest fenomen mitjançant un estudi de cas: el del PSC del municipi de Gelida. Per aquest motiu, la pregunta d'investigació que es planteja és: davant la convocatòria d'unes eleccions municipals, què influeix més en el vot: la campanya electoral permanent o la figura del candidat?

Amb l'aparició d'internet i les xarxes socials, la campanya de Barak Obama (2008) va fer canviar la concepció de les campanyes, així com el cicle i l'impacte informatiu. En aquest sentit, Donald L. Shaw i Maxwell McCombs<sup>1</sup> van teoritzar sobre el concepte *agenda setting*, que estableix que els mitjans de comunicació de masses tenen una gran influència sobre el públic a l'hora de determinar quines històries tenen interès informatiu, i quin espai i importància se'ls dona. Per tant, al llarg de tota la campanya permanent, un dels objectius principals dels partits és marcar l'agenda al llarg de la legislatura. Aquesta lluita en un període ampli de temps requereix que els temes es consolidin fins a arribar a les eleccions.

La consolidació dels climes d'opinió és el que la sociòloga alemanya Elisabeth Noelle-Newman (1995)<sup>2</sup> va definir com a espiral del silenci, una teoria que descriu com les persones tenim pànic a l'aïllament social i per això tenim un mena de sisè sentit per copsar les opinions majoritàries en el si de la societat. Aquestes opinions tenen més facilitat per imposar-se en la majoria de la societat, ja que els que les defensen estan més disposats a proclamar-les que no pas els contraris, que consideren que les seves opinions són minoritàries i tendeixen a silenciar-les. Conseqüentment, les primeres són amplificades en no trobar resposta i acaben tenint molta més difusió. El silenci dels que callen fa que l'opinió dels que es consideren majoria acabi configurant l'opinió pública.

---

<sup>1</sup> McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>

<sup>2</sup> Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio: Opinión pública: nuestra piel social*. Ediciones Paidós.

La metodologia de l'estudi de cas es basa, d'una banda, en l'anàlisi de la campanya electoral permanent del PSC Gelida durant el mandat 2015-2019 mitjançant l'estratègia de comunicació i el recull de l'acció de govern, així com dels resultats dels comicis que van tenir lloc en el període 2015-2019. D'altra banda, per analitzar el perfil del candidat, tenint en compte l'opinió pública, s'utilitzarà el sondeig electoral realitzat per Ràdio Gelida (421 enquestes –10% cens), així com una entrevista al candidat de la llista del PSC de Gelida.

Atenent als resultats de l'anàlisi, podem afirmar en primer lloc que el comportament electoral dels gelidencs es basa, parcialment, en la teoria exposada per Riba (2000)<sup>3</sup>, ja que aquests voten segons qui consideren que defensa millor els seus interessos en les seves competències. Això es pot observar si es prenen com a punt de partida els resultats electorals del PSC a les darreres eleccions de cada àmbit: va obtenir 603 vots (13,52%) a les autonòmiques del 2017, 991 vots (23,14%) a les generals de l'abril del 2019 i 1.402 vots (37,52%) a les municipals del 2019.

En segon lloc, si comparativament s'observen els resultats electorals de les municipals del 2015 i del 2019 es pot apreciar un lleuger increment de vots al Partit dels Socialistes, que no es trasllada al percentatge respecte del total de vots emesos. Aquest fet podria venir motivat per l'increment de participació a causa de l'auge de l'independentisme, que va afavorir Esquerra Republicana i Gelida per la República. Tot i això, els resultats indiquen que el Partit dels Socialistes té una alta fidelitat de vot, que majoritàriament deixa de banda el context polític i les sigles del partit, i tendeix a un vot personalitzat al candidat, que és el més conegut segons el sondeig electoral.

En tercer lloc, pel que fa a la campanya permanent, es podria dir que durant la legislatura es van dur a terme una sèrie d'accions de comunicació per intensificar i facilitar la informació als veïns de Gelida sobre l'acció de govern. Es va fer a nivell institucional, però no a nivell de partit. Aquest fet podria haver repercutit positivament a l'hora de captar nous votants. Malgrat això, l'opinió pública valora la gestió de l'equip de govern amb una mitjana de 6 punts sobre 10.

---

<sup>3</sup> Riba, C. (2000). Voto dual y abstención diferencial. Un estudio sobre el comportamiento electoral en Cataluña. *Reis*, 91, 59–88. <https://doi.org/10.2307/40184275>

Així doncs, es conclou que en el cas del municipi de Gelida, el candidat del Partit dels Socialistes, Lluís Valls, influeix més en el vot que la campanya permanent.