

Título: La victoria de Han Kuo-yu: ¿un cambio en la cultura política taiwanesa?

Autores:
Dra Yu-Ting Lu, Wenzao Ursuline University of Languages;
Dr. Andrés Herrera-Feligreras, Herrera Zhang & Partners

CV abreviados:

Yu-Ting Lu, Doctora por la Universidad de Navarra y Máster en Artes Liberales (Área Ciencias de la Información) en esta misma institución. Entre 2003 y 2006 fue becada por el Ministerio de Asuntos Exteriores de España. Desde 2012 es profesora en Wenzao Ursuline University of Languages. Es autora de distintas publicaciones especializadas tanto académicas como para empresas.

Andrés Herrera Feligreras. Doctor por la Universidad Pública de Navarra y Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC-Business & Marketing School. Desde 2005 ha estado vinculado a las relaciones entre España y el Mundo Chino colaborando con distintas instituciones públicas y privadas. Actualmente es socio director de HERRERA ZHANG & PARTNERS.

Resumen: *La campaña electoral en la ciudad de Kaohsiung durante 2018 ha sido emocionante. Los partidarios del PDP tenían razón al tildar a Han Kuo-yu de paracaidista sin ninguna conexión con la ciudad e ideas peregrinas. Pero finalmente, el "extraño" se hizo con el sello de la ciudad.*

La victoria del KMT en Kaohsiung es, en realidad, la victoria de Han Kuo-yu. Han, como Ko en Taipei, son candidatos atípicos en la escena política taiwanesa. Amos candidatos iniciaron la competición electoral sin el apoyo de los mecanismos electorales de los grandes partidos y un discurso anti-establishment que rompe con la tradicional dialéctica entre "azules" y "verdes".

La victoria de Han parece cuestionar, una vez más, la causalidad entre la identidad nacional y la opción electoral pero, ¿implica, junto al triunfo de Ko, un paso más hacia la consolidación de un nuevo perfil de candidato más cercano a los ciudadanos y un signo de transformación en la cultura política de Taiwán?

Palabras clave: *Taiwán, confrontación electoral, cultura política, Han Kuo-yu, redes sociales.*

La victoria de Han Kuo-yu: ¿un cambio en la cultura política taiwanesa?[1]

Introducción

"El KMT fue el gran vencedor de la jornada electoral del 24N. El PDP ha sufrido un gran batacazo", así abría *Taiwan Hebdo* su número 47-2018 cuyo tema central estaba, precisamente, dedicado a los últimos comicios municipales en Taiwán.[2]

Aunque analizar la confrontación política en Taiwán nos lleva a hablar irremediablemente de las banderías azul y verde, los autores lo haremos en este texto solo por convención ya que, en nuestra opinión, el ciclo electoral cerrado con la derrota del Partido Demócrata Progresista o *Minjindang* (en adelante PDP), debería servir -en primer lugar- para mirar la política taiwanesa más allá de los ejes PDP-*Kuomintang* (en adelante KMT), independencia-unificación que dominan los análisis -especialmente los realizados en los medios de comunicación- publicados en castellano.[3] La política en Taiwán es, sencillamente, más compleja.

Tsai Ing-wen y el Partido Demócrata Progresista siguen al timón del Ejecutivo y el Yuan Legislativo, pero han suspendido el "examen de medio semestre". Admitiendo que elecciones presidenciales y municipales son dos ligas diferentes y, quizás, todavía exista margen de recuperación, resulta imposible disimular el castigo sufrido en forma de retroceso en el poder local. Significativas han sido la pérdida de Taichung, los malos resultados en Taipéi -por haber sido terreno ganado al KMT en 2014-,4 el descenso de los votos en Tainan -un campamento tradicional del bando "verde"5- y, sin duda, angustiosa, la pérdida de Kaohsiung, un bastión hasta ahora inexpugnable del PDP. Así, elecciones tras elecciones, el frente institucional parece una guerra de trincheras donde los adversarios avanzan y retroceden sin una victoria decisiva.

De hecho, tras la derrota en las municipales de 2014 primero y, posteriormente, con la pérdida de la presidencia y la mayoría legislativa en 2016, el KMT entró en un periodo de concatenación de crisis -internas y derivadas de la dinámica política- que parecían condenarlo a un viaje hacia la progresivo deterioro de presencia política.[6] Depresión azul -por utilizar una expresión aparecida en un reciente informe del IGADI- que el PDP, atrapado en el laberinto de una errática política exterior y unas reformas domésticas antipopulares, no ha podido maximizar.[7] Por el contrario, el KMT, parapetado en su amplia tasa de afiliación y base sociológica, parece haber resistido bien la ofensiva del PDP y ha sabido capitalizar el desgaste de la acción de gobierno de la formación liberal; en agosto de 2018 las encuestas ya volvían a situar a la formación conservadora como la opción más popular y le auguraba la victoria en distintas circunscripciones; Kaohsiung, desde luego, no estaba entre ellas.[8]

La victoria del KMT en Kaohsiung es, ante todo, la victoria de Han Kuo-yu y su equipo de campaña. Han, al igual que Ko en Taipéi son candidatos atípicos en el panorama político taiwanés. Saltaron a la palestra sin el respaldo del aparato de los grandes partidos y solo lograron su apoyo cuando se convirtieron en opciones claras de vitoria.

La campaña electoral en la ciudad de Kaohsiung durante 2018 ha sido apasionante. Los partidarios del PDP tenían razón al calificar a Han Kuo-yu como un paracaidista sin ninguna conexión con la ciudad e ideas peregrinas. Pero finalmente, el "extraño" se hizo con el sello de la ciudad. Como ya pasara en 2008 con el triunfo del KMT que llevó a Ma Ying-jeou a la Presidencia de la República de China (Taiwán) -cuando aparentemente las nuevas generaciones de votantes manifestaban una identidad nacional distinta a su opción en las urnas- los resultados de las elecciones municipales de 2018 cuestionan, nuevamente, la existencia de una relación de causalidad universal entre la identidad nacional y la opción partidista pero, ¿supone la victoria de Han un paso más hacia la consolidación de un nuevo perfil de candidato más cercano a los ciudadanos y fuera del discurso habitual de los grandes partidos? ¿Son, en definitiva, las victorias de Ko y Han un signo de que algo está cambiando en la cultura electoral de Taiwán? [9]A lo largo de estas páginas exploraremos la dinámica electoral de Taiwán, e intentaremos, a través de una aproximación a la victoria de Han Kuo-yu en Kaohsiung, esbozar algunas respuestas a estas cuestiones y, sobre todo, poner sobre la mesa algunas cuestiones que afectan a la calidad de la democracia en Taiwán pero, que de alguna manera, son universales.

La cultura y estrategia electoral dominante.

Contexto: evolución de la participación electoral en una democracia reciente

El levantamiento de la Ley Marcial en 1987, supuso el pistoletazo de salida de la política de reformas hacia la democratización, cuyos hitos principales fueron marcados por distintos ciclos electorales de entre los que hay que destacar las primeras elecciones libres a la presidencia de la República en 1996. Junto con la legalización de los partidos políticos de oposición y la convocatoria electoral, otro proceso destacable que marcará la transición hacia la democracia va a ser las transformaciones operadas en el ámbito de los medios de comunicación.[10]

La adecuación institucional hacia la democracia conllevó frecuentes ciclos electorales en un periodo relativamente corto de tiempo y un aumento de la envergadura de las campañas electorales. La narrativa electoral de las formaciones políticas contendientes generó una tensión en la sociedad -principalmente en torno a la cuestión étnica-nacional- que ha transcendido gravemente el marco de la competencia electoral.

No obstante, esta tensión -en la que los medios de comunicación participan activamente- no pareció alejar, inicialmente, a la población de la participación política. Sin ser este espacio para profundizar en esta cuestión, entre otros factores, se podría apuntar que aquellos ciudadanos que, durante el periodo de gobierno autoritario del KMT, había optado por apartarse de la política regresaron a ella con la llegada de elecciones libres. Por el contrario, la incorporación de votantes nacidos en el marco democrático que traen consigo otras exigencias políticas y sociales sumada a la incapacidad de los partidos mayoritarios por trazas políticas sustancialmente diferentes, podría explicar el descenso de participación que se observa, tal y como refleja la tabla de la página siguiente, a partir de 2012:

Elecciones presidenciales	1996	2000	2004	2008	2012	2016	2020
Censo electoral	14313288	15462625	16507179	17,321,622	18,086,455	18,782,991	n.a
Número de votantes	10883279	12786671	13251719	13221609	13452016	12448302	n.a
Porcentaje de Participación	76.04%	82.69%	80.28%	76.33%	74.38%	66.27%	n.a

Elecciones municipales	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018
Censo electoral	2,743,304	2,873,732	3,039,837	3148544	10,663,545	12,709,746	13,202,863
Número de votantes	2,173,321	2,319,631	2,154,773	2070280	7,647,135	8,428,022	8,728,098
Porcentaje de Participación	79.22%	80.72%	70.88%	65.75%	71.71%	66.31%	66.11%

Elecciones alcaldía (KHH)	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018
Censo electoral	926,318	1,004,872	1,092,668	1140110	2,166,119	2,231,225	2,281,338
Número de votantes	746,469	807,996	779,911	774490	1,570,895	1,482,425	1,677,650
Porcentaje de Participación	80.58%	80.41%	71.38%	67.93	72.52%	66.44%	73.54%

Cultura electoral tradicional en la isla

Como en el caso de España, en Taiwán el proceso de transición hacia el sistema de democracia liberal se hizo desde los acuerdos favorables a las élites.[11] Por otro lado, la celebración de elecciones libres no es sinónimo de asunción de valores democráticos y alfabetización política por la ciudadanía. Debe tenerse en cuenta que candidatos y electores taiwaneses venían de un contexto marcado por décadas de falseamiento de resultados electorales en favor de entorno del KMT y, consecuentemente, la experiencia de un proceso de elecciones limpias es también un proceso de aprendizaje para todos los actores. En ese sentido, los signos o elementos clave en la victoria de los primeros comicios fueron convirtiéndose -naturalmente- en armas y lecciones para las siguientes campañas.

Quizás, se puede señalar como elemento fundacional de la cultura electoral de la isla la campaña electoral presidencial de 1996. En un contexto marcado por la Tercera Crisis del Estrecho (1995-1996) el entonces presidente Lee Teng-hui respondió al ataque de la República Popular China con su concepto de "comunidad de destino".[12] Esta respuesta sirvió para construir un relato en el que, de forma unitaria, los miembros de una misma comunidad luchaban por el futuro de Taiwán y afrontaban juntos la intimidación de Beijing. El mensaje de Lee arrasó durante la campaña electoral presidencial de 1996 y fue elegido noveno presidente de la República de China directamente –bajo la seria amenaza militar del continente– por el 54% de los taiwaneses.[13] Desde entonces, los elementos emotivos e identitarios ocupan el centro de las campañas de las dos grandes alianzas que se disputan el cetro de la política en la República de China (Taiwán).

Otro importante factor en la competición electoral taiwanesa es el concepto de "guerra total" existente entre ambas formaciones desde el inicio de la democracia taiwanesa. Los primeros ciclos electorales estuvieron marcados por un KMT preocupado por la pérdida de cuota de poder, un poder que detentaba desde 1949; y un recién formado PDP que aspiraba a desbancar al "partido extranjero y represor" de los diferentes

niveles del gobierno. Ambas formaciones movilizaron todos sus recursos disponibles y, su visión de país y trayectoria histórica era tan diametralmente opuesta que, PDP y KMT se consideraban, más que rivales políticos, enemigos históricos.[14]

En síntesis, creemos poder afirmar que la concurrencia electoral, especialmente en los ciclos que se sucedieron entre 1986-1996, ha determinado una cultura electoral basada en la rivalidad -a vida o muerte- de las dos principales formaciones políticas de la isla y una centralidad del discurso identitario. Paradójicamente, otros aspectos de la plataforma política -como las propuestas socio-económicas- son similares en ambos bandos pero el bosque programático parece quedar oculto tras el árbol de la emoción.

Una estrategia de mala calidad

Más allá de la formalidad del sistema electoral, del proceso de nominaciones y primarias internas de los distintos partidos, una mirada al desarrollo de los ciclos electorales en Taiwán nos permite identificar una serie de características comunes a cada convocatoria:

1.-Candidatos al servicio del aparato de los grandes partidos.

El primer paso de todo aquel que quiera participar en las elecciones es, por lo general, recurrir a una de las dos grandes fuerzas políticas de la isla. Conseguir este apoyo -en cualquiera de los niveles de concurrencia electoral- se traduce en recursos económicos, apoyo mediático y, consecuentemente, más posibilidades de victoria. Conviene recordar que, en Taiwán, la política es una profesión.

El reverso de este proceso es la integración del candidato en el relato del partido del que espera conseguir apoyo. A mayor integración más posibilidades de lograr apoyos del partido y de la alianza pero, al mismo tiempo, en muchas ocasiones este proceso exige del candidato sacrificar sus ideas propias sobre determinados temas o difuminar algunos atributos de su personalidad. Son muy pocos los que logran construir una base de poder propia e influir en el seno de su formación y excepcionales aquellos que mantienen un rumbo independiente dentro de los márgenes del sistema electoral imperante en Taiwán.[15] Por lo general, los candidatos -electos o no- terminan siendo altavoces del aparato del partido, títeres en el circo azules versus verdes.

2.-El color del dinero.

El sistema electoral taiwanés exige a los candidatos una base presupuestaria de partida -al margen de la que puedan después lograr como resultado de su nominación por las formaciones políticas- para la organización de su campaña personal. Una de las principales metas de esta campaña es aumentar su visibilidad como candidato y crear una imagen de candidato con opciones. La estructura tradicional pasa por cartelería, banderas, caravanas electorales, publicidad en medios y toda una agenda de eventos que van desde sencillos encuentros en pequeños centros de trabajo hasta grandes mítines pasando por desayunos con periodistas, tertulias, presencia en radio y televisión, comidas y cenas electorales, etcétera. Pero ¿de dónde sale el dinero? Los orígenes son diversos: el patrimonio personal, prestamos bancarios, donantes y, cuando se ha nominado al candidato, del partido. En el concepto tradicional de campaña, un

mayor presupuesto incrementa las posibilidades de ser elegido -o reelegido- de ahí que muchos candidatos incluso tengan, entre sus fuentes de financiación, conexiones con el crimen organizado. El crimen organizado no es un donante más -que como todos los demás exigirá su retorno de la inversión- asociada a esta forma de financiación existen otras prácticas como la intimidación o la compra de votos.[16]

Al final del camino, los candidatos se encuentran en un laberinto de compromisos -a veces enfrentados- con sus donantes a los que se verá obligado a devolver los favores recibidos.

3.-Juego sucio: todo es una farsa.

Durante el proceso electoral taiwanés, la construcción de la imagen del candidato suele aparcar los aspectos más racionales -como la trayectoria del candidato o sus propuestas programáticas- para centrarse en aspectos emotivos que, en muchas ocasiones, alcanzan tintes melodramáticos.[17] El drama puede alcanzar su cenit en lo referente al ataque personal al adversario. Aquí no hay límites. No solo se busca dañar la reputación del rival -sacando a relucir intimidades, hechos del pasado o lanzando rumores- también la de su familia. En cuanto a la forma, estos ataques pueden ir desde enfrentamientos a través de los medios de comunicación hasta la discusión y la agresión física.

La secuencia es perfectamente identificable. Los candidatos "acusan"; "niegan-aclaran" y, finalmente, "contraatacan". Mediante esta dinámica -de juego sucio- buscan destacarse como personas más limpias y cercanas al pueblo que su rival. Lo cierto es que, tras esta dialéctica destructora y patética, los candidatos ocultan su propia mediocridad y el hecho de que son pocas las diferencias existentes en sus propuestas políticas. En cada ciclo electoral, la percepción de que todo es una farsa se extiende entre los ciudadanos y, con esta percepción, un alejamiento de la política y el descenso en la participación electoral.

4.-La identidad del Estado: un mensaje emocional y vacío.

Ya hemos mencionado la similitud existente en la agenda política de los candidatos. De hecho, son muchos los ejes de gobierno -a cualquier nivel- que son marcadamente continuistas aun cuando se da un cambio de Administración. Así que los temas que se utilizan, para marcar la diferencia, son los relacionados con la identidad étnica-nacional.

Es común ver a los candidatos, al realizar un llamamiento al voto, desgranar el bagaje histórico y realizan continuas apelaciones de carácter nacionalista y patriótica, todos los contendientes enfatizaron su amor por Taiwán hasta la hipérbole expresiva sin que nadie establezca, en su programa de gobierno, políticas claras sobre el futuro de la soberanía de la isla. Unos porque está fuera de su competencia, otros porque son plenamente conscientes de que el asunto no está, verdaderamente, en sus manos. De hecho, cuanto más alto sea el puesto al que aspire el candidato, más cuidadoso será al usar las palabras "independencia" y "reunificación" ligadas a propuestas políticas concretas. Nos atrevemos a asegurar que ambos términos se convierten, durante las elecciones, en veneno

para la taquilla.[18] En este sentido, la identidad del Estado se convierte en un arma electoral de carácter retórico destinada únicamente a la movilización de la ciudadanía con la finalidad de evitar un juicio crítico de ésta sobre otros aspectos cruciales de la agenda política.[19]

5.-Los medios de comunicación: colaboradores necesarios.

Desde 2002, el Índice de Libertad de Prensa sitúa a Taiwán como uno de los países con mayor libertad de prensa en Asia.[20] Sin duda es un dato de orgullo nacional para un país que no hace tanto disponía de una prensa censurada. Pero los índices no lo son todo. Como en otras sociedades abiertas los principales medios de comunicación tienen un marcado color político y, especialmente durante las elecciones, son actores de la "guerra total"; "colaboradores necesarios" en la centralidad de la cuestión identitaria, movilizan recursos en favor de sus candidatos contribuyendo activamente a la dialéctica destructiva ya descrita.

El rol de los medios de comunicación durante las elecciones, sesgado hacia el melodrama y el amarillismo político, no ayuda al diálogo razonado; más bien al contrario, contribuyen a una crispación que fragmenta la sociedad.[21]

Los elementos descritos hasta aquí son los dominantes hasta la fecha en la cultura electoral taiwanesa. El concepto de "guerra total", entre partidos que se consideran enemigos, ha dado lugar a una serie de estrategias y tácticas donde el "fin justifica los medios". Tal vez en el pasado -en un contexto de poca experiencia democrática, buena economía y bajo la amenaza militar directa de Beijing- la máxima napoleónica tuviera sentido. Sin embargo, son innegables los cambios en la sociedad taiwanesa, entre los que destacan un incremento por las preocupaciones socio-políticas, la incorporación de nuevas generaciones con capacidad de decisión electoral y la aparición de novedosos canales de comunicación. En esta nueva etapa cabría preguntarse: ¿seguirán los dos grandes partidos manejando la política desde las mismas premisas sin ser castigados por los ciudadanos? ¿Acaso fenómenos como la aparición de nuevos partidos o el descenso de la participación electoral no son percibidos como mensajes por las élites políticas?

Han Kuo-yu: un político "atípico".

Han Kuo-yu (Daniel Han), recién elegido como alcalde de Kaohsiung en noviembre de 2018, se ha convertido en el primer político del KMT en alcanzar la jefatura de la ciudad desde que Wu Den-yih perdiera el cargo en 1998. La victoria concluyó con 20 años de mandatos consecutivos del PDP y ha supuesto, sin duda alguna, una gran inyección de moral para la formación conservadora con la vista puesta en las próximas elecciones presidenciales.

El triunfo, y gran popularidad, alcanzado por Han Kuo-yu -un *waisheng ren* nacido y crecido en Taipéi- en una tierra tan "verde" de la isla fue sorprendente.[22] Nadie lo esperaba, ni su rival, ni su propio partido, ni -seguramente- él mismo.

Han, nacido en 1957, comenzó su carrera política en los años noventa del pasado siglo como parlamentario del entonces Condado de Taipéi y entre 1993 y 2002 fue miembro del Yuan Legislativo. En 2002 quedó fuera de la lista "segura" del partido y desapareció del panorama política.[23] Han, en aquel momento, se traslado al Condado de Yunlin

donde la familia de su esposa, Lee Chia-fen, ocupa una posición destacada y, en su obligado retiro político, la pareja fundó una entidad de enseñanza.[24] Una década después, y como resultado de sus conexiones, Han fue elegido gerente general de la Taipei Agricultural Products Marketing Corporation (TAPMC). Se mantuvo en el cargo hasta 2017 cuando fue sustituido por Wu Yin-ning, una candidata en sintonía con el color del nuevo gobierno. Ese mismo año, Han decidió volver a la primera línea política. Primero, disputando las elecciones a la presidencia del KMT, después concurriendo a la alcaldía de Kaohsiung. Pocos imaginaban que ese desconocido que solo había obtenido poco más de 16.000 votos en las elecciones internas del partido se acabaría convirtiendo en una suerte de "mirlo blanco" para el bando azul (pero también para aquellos con una posición contraria al PDP), un fenómeno político y social en la ciudad de Kaohsiung siendo capaz de transformar la tierra "verde" en el cielo "azul". ¿Cómo fue posible? ¿Qué hizo de Han un candidato capaz de provocar semejante ruptura con la tendencia dominante en la política de la antigua Takao?

1.-Un candidato "azul desteñido".

Todos aquellos que han escrito sobre Han Kuo-yu coinciden en afirmar que no es el típico candidato de primera línea del KMT.[25] Su trayectoria, tanto fuera como dentro del partido, da que hablar. Han, al igual que Hung Hsiu-chu, posee un marcado carácter, directo y fuerte, que choca con el comportamiento de otros miembros de la élite *waisheng ren* de segunda generación como Ma Ying-jeou o Hau Lung-pin quienes, con una imagen más serena y metropolitana, se ajustan a los estándares y disciplina de la formación azul.[26] Han, por el contrario, es un tipo rebelde. Un candidato que manifiesta sus opiniones de una forma espontánea y fuera de la corrección política. Con estos precedentes, es natural que no esté entre los favoritos del Comité Central del Kuomintang. Cuando se le asignó presidente del Comité del KMT en Kaohsiung y candidato a la alcaldía, Han Kuo-yu era poco menos que carne de cañón en una batalla que se deba por perdida.

Efectivamente, Han puso en marcha su campaña sin el apoyo político ni económico del aparato del KMT. A lo que debemos sumar que, debido a su particular manera de ser, parece que evitó pedir el respaldo de los principales nombres del partido como tradicionalmente vienen haciendo los candidatos, especialmente los de las grandes ciudades. Paradójicamente, esta posición de desventaja inicial acabaría siendo una de sus fortalezas pues permitió a Han ser él mismo, diseñando una campaña fuera de los compromisos y objetivos programáticos habituales del KMT e ir construyendo un discurso y una marca propia que devolvió la esperanza en la victoria a los votantes azules, movilizó a parte de la abstención y cautivó a sectores tradicionalmente votantes del PDP.

2.-Una campaña basada en la Fe.

Ya hemos visto el papel fundamental que juega la financiación para las campañas electorales. Por lo general, los candidatos son considerados, por los donantes, inversiones de las que se espera un retorno. Pero ¿quién invertirá dinero en un juego dado por perdido de antemano? Según fuentes del partido, el KMT no pudo ofrecer recursos económicos debido a la congelación de los activos, y Han no recaudó una gran cantidad de fondos electorales. Este comenzó su campaña, según él mismo ha

afirmado, “con una botella de agua mineral y un bol de *lǔròufàn* (arroz con cerdo picado)”.

Inició así un camino diferente al de otros candidatos con rutas programadas por la seguridad que siempre busca el dinero. Rutas marcadas por las etapas y recursos que habían demostrado ser exitosos en otros comicios. Por su parte, Han, sin nada que perder, y sin las ataduras de los compromisos con donantes y partido, planteó una campaña basada en la Fe.[27] Como un predicador o un bolchevique, aprovechando cualquier plataforma u ocasión, Han trazó un elocuente relato próximo a las necesidades y preocupaciones de la gente corriente. En más de una ocasión, el discurso no era el más acertado e incluso ciertas afirmaciones eran desafortunadas con tintes sexistas o degradantes para la ciudad. Sin embargo, este hecho al tiempo que lo alejaban de la imagen de político profesional lo acercaban a un electorado que día tras día fue identificándose con el recién llegado a la ciudad. Su continua manifestación de opiniones, sus formas iconoclastas, pidiendo perdón claramente cuando se equivocaba o cuando sus comentarios eran acertados -algo muy poco habitual en la política taiwanesa- le dieron una solida visibilidad. Nadie lo conocía antes en Kaohsiung, pero su mensaje -un mensaje sin propuestas definidas, todo hay que decirlo- esbozó un horizonte de esperanza al que la gente deseaba caminar.

3.-Pacto de Caballeros: honor y juego limpio.

Ya se ha aludido a la “guerra total” que domina el enfrentamiento entre la Alianza Pan-Azul y la Alianza Pan-Verde donde todos los recursos son movilizados y, cuando no se avanza en el frente netamente electoral, se acude al ataque personal lo que incluye, si es preciso, el circulo personal de los candidatos, sus familias o cualquier recurso que pueda generar alguna ventaja sobre el adversario.

Han planteó desde el principio una campaña “llena de amor y tolerancia”. Expresó que prefería “perder limpio” a “ganar sucio” y propuso a Chen Chi-mai, su mayor rival y candidato del PDP, una competencia de caballeros, centrada en argumentos políticos y de campaña, y sin afectar a la familia. Este pacto fue aceptado y cumplido por ambas partes. Pero el hecho, es que Han había pautado el tono -un tono diferente al habitual- de la campaña en Kaohsiung, y su credibilidad fue en aumento cuando asumía comportamientos censurables de su pasado o se desmarcaba de forma crítica con las expresiones groseras o ataques personales que la vieja guardia del KMT -entre ellos Ma y Wu- lanzaban contra su rival u otras personalidades del PDP.

Han no solo había marcado el tono moral de la campaña al romper con las habituales prácticas descalificatorias entre candidatos, además logró ser percibido como un “hombre de la calle”, carismático y resolutivo con capacidad para afrontar los problemas diarios.

Han Kuo-yu, con su camisa azul -claro- siempre remangada, aparecía como una persona trabajadora, un hombre al que su propia formación había negado “el pan y la sal” por ser él mismo; un candidato que hablaba de forma sencilla, comprensible, de lo problemas que hablan las familias de Kaohsiung. Frente a esta imagen popular, Chen Chi-mai era percibido como un tecnócrata gris de buena familia, un político profesional crecido bajo el ala protectora de Chen Chu y parte del partido del

gobierno, responsable de los problemas del país.

Para cuando en el último tramo de campaña el aparato del PDP trató de dañar la imagen de Han, trayendo al presente sucesos del pasado o articulando una posible injerencia de la República Popular en las elecciones, Han era ya el "candidato del pueblo" que había ganado al político profesional la batalla de la imagen y, lo que es más importante, la de la credibilidad.

4.-Una apuesta "bonita" por la economía

Tras marcar el tono moral de la campaña, Han realizó otro movimiento táctico de gran significación: escapar del habitual debate étnico-nacional donde los candidatos del PDP se mueven con comodidad en Kaohsiung. Capitalizando su falta de recursos, su falta de experiencia en gestión política, su perfil empresarial y su reciente pasado al frente de la corporación agrícola de Taipéi, Han llevó el eje de su mensaje hacia dos de las principales preocupaciones de los ciudadanos de Kaohsiung: el medio ambiente y la economía. Este mix fue hábilmente sintetizado por su equipo de campaña en su autodefinición como un *màicàiláng* (verdulero) y el eslogan: *Sell Goods, Welcome People, Prosperous Kaohsiung.*

Si las propuestas de Han se analizan de forma separada, pueden encontrarse algunas de lo más "rumbosas". Sin embargo, un examen del todo arroja un mensaje sólido y coherente: devolver a Kaohsiung la prosperidad perdida. Más inversiones, más comercio, más oportunidades de trabajo, más salario, menos jóvenes que deben emigrar al norte en busca de oportunidades… En síntesis, una campaña de comunicación articulada en mensajes sencillos, en torno a la misma idea, y dirigidos a la diana de las preocupaciones diarias de los ciudadanos; y al mismo tiempo un alejamiento premeditado de las cuestiones más polémicas que protagonizan el debate KMT-PDP. El programa de Han, que no era percibido como la habitual plataforma del KMT, ofrecía a los ciudadanos un mejor y próspero futuro, convirtiéndose en un tema de debate y argumento electoral que se extendió a nivel nacional

5.-Nuevos tiempos, nuevos medios.

Pero Han Kuo-yu no siempre fue considerado por el PDP una amenaza. Al comienzo solo era una persona que hablaba, sin dinero y sin recursos. Para darse a conocer, y con ayuda de un grupo de jóvenes -con una media de edad de 23 años, en aquellos primeros momentos, llamarlo equipo suena exagerado- capitaneados por su hija Han Bing (Coco),[28] Han planteó una campaña basada en las redes sociales. Una decisión fundamentada en la relación coste/oportunidad del recurso y en el propio conocimiento que estos jóvenes "asesores" tenían de los signos y preocupaciones de su generación.[29]

Se inicia así una suerte de "guerra aérea" que rompe con la tradicional campaña al uso y en la que podemos encontrar -en el uso de los recursos gratuitos de la red- un planteamiento similar al realizado por el equipo de Obama de 2008.[30] No es la primera vez que un candidato del KMT utiliza las redes sociales para captar, principalmente, el voto joven. Sin embargo, Han Kuo-yu es el primer candidato que lo ha hecho con éxito.[31]

El uso de Line, Instagram y Facebook convirtieron a Han en una celebridad en la red y en el centro mismo de su campaña. Sus trasmisiones en Facebook, con expresiones directas y muy del estilo de los ciudadanos del sur de Taiwán, protagonizadas por asuntos cercanos a la cotidianidad de la población, fueron construyendo una audiencia propia que acabó por convertirse en un fenómeno social. Cabe destacar tres efectos claros del uso de las redes sociales en la campaña de Han Kuo-yu: a) las redes como un mecanismo de feedback, que permitió ir incorporando al discurso público las preocupaciones y los temas "tendencia" de la audiencia; b) el efecto multiplicador derivado de la acción de seguidores que fueron sumándose a la "ola", no solo divulgando el mensaje del equipo electoral sino también realizando sus propias aportaciones en forma de comentarios, videos u otros recursos propios de las redes sociales; c) la polémica y discusiones en los diferentes foros de la red, especialmente importantes en la etapa inicial orientada a dar visibilidad al candidato pero que también jugaron un rol destacado cuando, como tras los debates electorales televisados, Han se desdibujaba frente a su rival.[32]

En un territorio tan conectado como Taiwán, el uso que Han hacía de las plataformas digitales fue percibido de forma popular. Un uso similar al que cualquiera podía hacer para dirigirse a sus familiares y amigos. Han, protagonizaba ante la cámara secuencias en las que podía aparecer en su oficina o en su casa, con camisa de "trabajo" azul o en pijama y desaliñado, tratando temas con humor y sencillez, respondiendo a las críticas, pidiendo perdón ante alguno de sus comentarios, riéndose de él mismo…todo ello subrayaba el posicionamiento del candidato como una "persona real" y no como un "político programado" por los intereses del dinero.

El respaldo virtual a la campaña de Han fue reflejándose paulatinamente en los distintos sondeos: la "ola Han" se estaba materializando.[33] Es el momento de la "guerra terrestre", de poner a prueba las posibilidades reales del candidato. La multitud que acudió a los mítines de los *tres Shan* -tres grandes distritos de Kaohsiung: Gangshan, Fongshan, Qishan- celebrados entre semana a las 18:30 no hizo sino demostrar que la popularidad de Han en las redes sociales tenía un fuerte potencial de votos y que, para el PDP, la victoria electoral estaba mucho más lejos de lo que estaba al comienzo de la campaña.[34]

A modo de conclusión: El público es una amante voluble

La editorial de *Liberty Times* del 27 de noviembre de 2018 es una buena radiografía de la opinión dominante en ciertos sectores del PDP sobre los resultados electorales.[35] Bajo el título "The warning from the ballot box" se centraba en hacer balance del mandato de Tsai, mostrándose crítica con la forma -no con el fondo- de llevar a cabo las distintas reformas, para concluir describiendo a los electores como una amante inconstante al que gobierno y oposición deben tratar con el respeto que exige.

Para *Liberty Times* hay que leer la derrota en clave doméstica -en una mezcla de autocomplacencia por parte de la elite del PDP, afectados por las reformas y compromisos políticos no cumplidos ante su electorado- y de interferencia de China en las elecciones taiwanesas a través de internet citando para ello un artículo del New York Times convenientemente publicado días antes de las elecciones.[36] En este sentido,

medios nada sospechosos de connivencia con el KMT han relativizado la injerencia china centrando las razones de la derrota en aspectos más relacionados con la gestión del PDP, las políticas de promoción internas en la formación y las decisiones de Tsai de cooptar políticos populares de plazas donde la victoria "verde" se daba por segura.[37]

Particularmente así ha sido en la ciudad de Kaohsiung, donde el PDP ha sufrido una tormenta perfecta. A los distintos factores derivados de la política de la Administración Tsai, habría que sumarle el cansancio de los ciudadanos tras veinte años de gobierno del *Minjindang* y un candidato del KMT, Han Kuo-yu, sin nada que perder.

Efectivamente, la designación de Han Kuo-yu como candidato a la alcaldía de Kaohsiung podría haber sido el punto y final de su carrera política. Por el contrario, como efecto de su campaña -que acabó dando impulso a otros candidatos del partido- y de la victoria contra todo pronóstico, se ha convertido en una estrella emergente dentro del KMT.

A grandes rasgos, la campaña de Han Kuo-yu sigue la senda trazada por Ko cuando este planteó su candidatura a la alcaldía de Taipéi en 2014. Carentes de financiación, ambos candidatos plantearon una campaña digital sobre la base del uso de recursos gratuitos. Tanto Ko como Han se pusieron -literalmente- en manos de unos asesores que tenían en común su juventud y cierto amateurismo en la comunicación política. En este sentido, parece que la digitalización de las campañas electorales y un determinado modelo -donde predomina el uso de plataformas gratuitas y el micro-mecenazgo como formas de difusión y financiación respectivamente- ha llegado a Taiwán para quedarse.

Otro elemento que parece haber marcado una diferencia es la apuesta por una campaña limpia sin ataques en el ámbito personal. Sin duda, los jefes de campaña habrán tomado nota de los buenos resultados que la ruptura con esta "tradición" electoral taiwanesa traen consigo. [38]

Finalmente, se podría destacar la importancia de la "necesidad de esperanza" y la "necesidad de cambio" que existe en el electorado taiwanés. Las ideas fuerza del discurso de Ko en 2014, como Tsai en 2016 y Han en 2018 giran en torno a un futuro mejor en el día a día. Las promesas en torno a una "tierra prometida", especialmente entre el electorado más joven consciente de que el contrato social se ha roto, puntúa más alto que el debate identitario. En el grado de cumplimiento de esas promesas está en parte, la reelección de Ko y el castigo a Tsai por parte de un electorado ante al que ahora Han deberá responder.

Por lo demás, no se aprecian grandes cambios en la rutina electoral taiwanesa. Los medios han seguido jugando al sensacionalismo político; las apelaciones emocionales, las propuestas poco realistas y otras expresiones vacías siguen ahí, ahora en formato digital, y el electorado, en una práctica común en todo el mundo, tiene poca memoria.

Porque, más allá de las percepciones, Han no es el político recién llegado que era Ko en 2014. Tampoco el "hombre de la calle" o el candidato CEO que con su saber hacer profesional va a darle otro aire a la ciudad; la trayectoria profesional de Han, no resiste un mínimo escrutinio: Han Kuo-yu ha estado fuertemente ligado a la política profesional e incluso, su puesto directivo en la *Taipei Agricultural Products Marketing Corporation* era un cargo de designación política como político fue también su cese.

Lo que sí hizo Han, como Ko en 2014, fue constituirse en una marca electoral de ruptura con la política establecida; nada importa que Han fuera en realidad un hijo de la política tradicional con conexiones suficientes como para encontrar, dentro del bando azul, un poderoso aliado: Wang Jin-pyng. Wang puso a su servicio recursos económicos y una influencia que, sin duda, fue determinante para que los seguidores virtuales se convirtiesen en votos contantes y sonantes. Las elecciones presidenciales están a la vista, y es posible que el "donante" desee disfrutar del retorno de la inversión.

Visto lo visto, es hora de volver a preguntarse: ¿un cambio en la cultura política taiwanesa?

---

[1]Para la trasliteración de nombres chinos se ha utilizado el sistema "hanyu pinyin" salvo en aquellos casos donde, a juicio de los autores, se considera el sistema "Wade-Giles" como más apropiado ya sea por razones de uso o consideración histórica.

[2] OPCh, *Taiwan Hebdo 48-2018* en: http://politica-china.org/otros/taiwan-hebdo-48-2018 (último acceso 10 de febrero de 2019)

[3] Un ejemplo del encuadre mediático de la prensa en español en LIU Hui-Feng, "Las elecciones en Taiwán en 2016 a través de la prensa en español" en https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/aepe/pdf/congreso_51/congreso_51_23.pdf (último acceso el 1 de febrero de 2019)

[4] En Taipéi la interrupción de la cooperación con el independiente Ko Wen-je, quizás con una visión de las relaciones a través del Estrecho que no encaja con el sector más ortodoxo del PDP, se ha manifestado desde una perspectiva estratégica como un grave error.

[5] Resultados en Tainan: 72.89% (PDP) y 27.10% (KMT) en 2014, 38.01% (PDP) y 32.36% (KMT) en 2018. Cfr. Central Election Commission 中央選舉委員會 (ed.): "歷屆公職選舉資料 Materiales de elección de cargos públicos anteriores [traducción propia]", en: http://db.cec.gov.tw/histMain.jsp?voteSel=20181101C1, (último acceso el 19 de febrero de 2019).

[6] A los problemas tradicionales del KMT de naturaleza interna -de visión de país, de misión política, de liderazgo, de facciones…- se le han unido otros derivados de la dinámica política entre los que cabría destacar aquellos relacionados con lo simbólico -memoria histórica- como, quizás más importante por sus implicaciones prácticas- los vinculados a los activos económicos del partido.

[7] IGADI. "El KMT y la depresión azul". *Taiwán bajo presión. Taiwán 2018. 10 claves y 10 personajes de 2017*, pp.8-9

[8] Un apunte sobre esta cuestión en OPCh, *Taiwan Hebdo 31-2018*, en:

http://politica-china.org/otros/taiwan-hebdo-31-2018 (último acceso 15 de febrero de 2019). Para un seguimiento más completo de la evolución de las encuestas electorales Cfr. Daily View 網路溫度計. "綜合民調 *Encuestas completas* [traducción propia]", en: https://2018election.dailyview.tw/polls, (último acceso el 19 de febrero de 2019).

[9] Sobre la relación entre identidad nacional y opciones electorales Cfr. ESTEBAN, Mario, "Generaciones políticas, preferencias partidistas e identidad nacional en Taiwán, 1986-1996", Revista española de ciencia política, nº8, 2003, pp. 103-108 y LU, Yu-Ting. *Taiwan: historia, política e identidad*. Barcelona: Bellaterra, 2010.

[10] Para la relación entre partidos, medios de comunicación y el discurso identitario Cfr. LU, Yu-Ting (2010) pp. 175-199.

[11] Para el caso español Cfr. MONTERO, José Ramón, LAGO, Ignacio, "Todavía no sé quienes, pero ganaremos. Manipulación política del sistema electoral español. Zona Abierta, nº 110-111, 2005, pp. 279-348.

[12] Cfr. CHEN, Hong-yu 陳鴻瑜: *台灣的政治民主化 La democratización política de Taiwan* [traducción propia], 翰蘆圖書 (Han Lu Book), Taipei, 2000, pp. 242-243.

[13] "Para el gobierno de la República Popular China nada resulta más subversivo que la democracia y asume –acertadamente– que la democratización hará inevitable tarde o temprano la independencia, considerada por Pekín [Beijing] como *casus belli*". Además, si "Lee obtiene un claro mandato popular aumentará el perfil internacional de Taiwan y reforzará lo que es ya una independencia de facto". DELAGE, Fernando: "Taiwan, la primera democracia china", *Política exterior*, vol. 10, Nº 50, Mar.-Apr., 1996, pp. 103 y 113. En opinión de Delage, Lee Teng-hui, por ser un *bensheng ren* nacido en la isla, adquirió "una popularidad de origen que nunca podrían tener los viejos rivales procedentes del continente". Ibíd, p. 110.

[14] Cfr. CHANG, Mao-Kuei 張茂桂: "台灣族群和解的坎坷路 "El camino accidentado de la reconciliación taiwanesa" [traducción propia]", en: SHIH, Cheng-feng 施政鋒 (ed.). *國家認同之文化論述 Discurso cultural de la identidad nacional [traducción propia]*, 台灣國際研究學會 (Taiwan International Studies Association), Taipei, 2006, pp. 43-82.

[15] Una descripción del sistema electoral taiwanés en HSU, Kevin: "How Does Taiwan´s Parliamentary Election Work", Ketagalan Media, 26-12-2015, en: https://www.ketagalanmedia.com/2015/12/26/how-does-taiwans-parliamentary-election-work/, (último acceso el 6 de febrero de 2019).

[16] A modo de ilustración sobre el papel del dinero y la compra de votos en: Cfr. LIN, Xing-fei 林倖妃: "用錢買的台式民主 "La democracia en Taiwán se compra con dinero" [traducción propia]", *天下雜誌 (CommonWealth Magazine)*, nº. 652, 18-07-2018, pp. 80-90; Cfr. LIN, Yi-Ting 林怡廷: "一個 29 歲鎮長與最殘酷的金權誘惑 "El alcalde de pueblecito de 29 años y la cruel tentación del dinero y el poder" [traducción propia]", *天下雜誌 (CommonWealth Magazine)*, nº. 652, 18-07-2018, pp. 106-110.

[17] "Durante las campañas electorales son frecuentes las expresiones de religiosidad popular – sacrificio de animales, ofrendas en los templos…; las humillaciones en público –ponerse de rodillas y llorar, narrar desgracias personales que motivan al candidato a la elección, etc.; la búsqueda de la simpatía –acudir disfrazado a un evento, prestar su imagen para una caricatura, actuar como *showman* en un programa televisivo, la participación en eventos de corte benéfico, etcétera". LU, Yu-Ting: *La identidad del Estado como argumento electoral en Taiwán: La prensa en las elecciones presidenciales de 1996, 2000 y 2004*, Tesis doctoral, Universidad de Navarra, Pamplona, 2008, pp. 315-316.

[18] Cfr. LU, Yu-Ting (2010), *op. cit.*, p. 206.

[19] Cfr. Ibíd.

[20] Cfr. Wikipedia: "Índice de libertad de prensa", en: https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice_de_libertad_de_prensa, (último acceso el 19 de febrero de 2019).

[21] Cfr. Lu, Shi-xiang 盧世祥: "選舉中的媒體亂象 "El caos mediático en las elecciones" [traducción propia]", *Business Today (今周刊)*, 19-12-2002, p. 108.

[22] Con la llegada del KMT a Taiwán, y dentro de sus políticas de control, los habitantes fueron divididos en dos grupos: *waisheng ren* -literalmente, gente de fuera de la provincia; en referencia a los originarios de otras provincias de China (continental) y los Los *bensheng ren* (literalmente, persona de esta provincia, es decir, de la Provincia de Taiwan). Sobre esta división, sus intenciones y consecuencias Cfr. LU, Yu-Ting (2010), *op. cit.*, p. 82.

[23] Para una aproximación al sistema de elección legislativa en la República de China: Cfr. HSU, Kevin, "How Does Taiwan´s Parliamentary Election Work", *The Ketagalan Project* en https://www.ketagalanmedia.com/2015/12/26/how-does-taiwans-parliamentary-election-work/ (último acceso 13 de febrero de 2019).

[24] Denominado *Victoria Academy*: http://www.victoria.ylc.edu.tw/ (último acceso 1 de febrero de 2019).

[25] Cfr. TUNG, Ching-feng 童清峰: "韓國瑜現象 非典型國民黨挑戰民進黨 "El Fenómeno Han Kuo-yu: un atípico KMT desafió al PDP" [traducción propia]", *亞洲週刊 (Yazhou Zhoukan)*, v. 32, nº 33, 26-08-2018, en: https://www.yzzk.com/cfm/content_archive.cfm?id=1534391051191&docissue=2018-33, (último acceso el 21 de febrero de 2019). Cfr. CHEN, Jing-feng 陳景風. "藍營邊緣人 衝撞綠營資優生！ "El marginal de la Alianza Azul contra el estudiante dotado de la Alianza Verde "[traducción propia]", *商業周刊 (Business Weekly Magazine)*, nº 1615, 25-10-2018, en: https://www.businessweekly.com.tw/Archive/Article?StrId=68149, (ultimo acceso el 21 de febrero de 2019). Cfr. Zou jing-wen 鄒景雯: "三個「非典」 Los tres "atípicos" [traducción propia]", *自由時報 (Liberty Times)*, 22-12-2018, en: https://news.ltn.com.tw/news/politics/paper/1255816, (último acceso el 21 de febrero de 2019).

[26] Cfr. KUAN, Wu-yuan 管婺媛: "韓國瑜暴紅憑什麼？ "¿Cómo Han Kuo-yu llegó a volverse viral?" [traducción propia]", *商業周刊 (Business Weekly Magazine)*, nº 1615, 24-10-2018, en: https://www.businessweekly.com.tw/magazine/Article_mag_page.aspx?id=68145, (último acceso el 21 de febrero de 2019).

[27] La idea de que la campaña de Han se fundamenta en una serie de promesas y en la esperanza que despierta su discurso es algo común en diversos observadores. La idea la recoge, por ejemplo, KUAN, Wu-yuan en el artículo citado en la nota anterior pero, insistimos, es algo que puede rastrearse en artículos con distinto color y sesgo político.

[28] Cfr. HUANG, Kristin. "At the Taiwan polls, social media-savvy daughter turns her outsider father into KMT's brightest hope", *South china morning post*, 26-11-2018, en: https://www.scmp.com/news/china/politics/article/2175078/taiwan-polls-social-media-savvy-daughter-turned-her-outsider, (último acceso el 21 de febrero de 2019).

[29] Un curioso común denominador en la dimensión digital de las elecciones taiwanesas es que los candidatos que han usado las redes sociales de manera más exitosa tienen jóvenes asesores graduados de la misma universidad. Cfr. TIEN, Meng-Hsin 田孟心: "幫柯、韓、侯打贏選戰的小編 全出自這所「山洞口大學」！ "Todos los editores de redes sociales que ayudaron respectivamente a Ko Wen-je, Han Kuo-yu y Hou You-yi se graduaron de Shih Hsin University" [traducción propia]", *天下雜誌 (CommonWealth Magazine)*, 25-01-2019, en: https://www.cw.com.tw/article/articleLogin.action?id=5093825, (último acceso el 21 de febrero de 2019).

[30] Son numerosos los trabajos de distinta índole dedicados a la campaña de Obama de 2008. Por citar un caso: Cfr. GUTIERREZ-RUBI, Antoni, "Lecciones de la campaña de Obama", en https://www.gutierrez-rubi.es/2008/10/28/lecciones-de-la-campana-de-obama/ (último acceso 3 de febrero de 2019).

[31] En Taiwán, el primer candidato en concebir su campaña basada en la centralidad de las redes sociales, como herramienta dirigida a los votantes más jóvenes, fue el actual alcalde de Taipéi, Ko Wen-je, en 2014. Ko estructuró con un discurso contra el poder establecido, regenerador de la política y de esperanza para los más desfavorecidos que, de alguna manera puede rastrearse tanto en el discurso de Tsai en las presidenciales de 2016 como, claramente, en el relato de Han Kuo-yu

[32] "China continental ya ha cambiado la estrategia para su política de la unificación. China ya no espera a la gente de Taiwán, ni muestra ayuda a los veteranos *bensheng ren* del KMT, sino que cultiva directamente en Taiwán las fuerzas pro China y anti-independencia. Y esta vez, a través del "ejército del la red", China ha bendecido la "ola Han", dando un fuerte golpe fuerte al gobierno del PDP... [traducción propia]". HU, Wen-hui 胡文輝:"國民黨大老選後將被「韓流」踢下馬！ "Los veteranos del KMT serán derribados del caballo por la "ola Han" tras las elecciones" [traducción propia]", *自由時報 (Liberty Times)*, 31-10-2018, en: https://talk.ltn.com.tw/article/breakingnews/2597104, (último acceso el 21 de febrero de 2019).

[33] Una de las cuestiones polémicas en torno a Han ha sido la cuestión de la financiación. Más allá de rumores de todo tipo, en una primera etapa el origen de la financiación parece estar también inspirado en la campaña de micro-mecenazgo que el equipo de Ko puso en marcha en 2014. En una segunda fase, Han recibió el apoyo económico y social de Wang Jin-pyng, que fue determinante para convertir la "guerra

aérea" en "terrestre". Cfr. YANG, Ru-jia 楊濡嘉: "王金平和白派力挺韓國瑜 3 大場造勢助攻農民票 "Wang Jin-pyng y la facción blanca respaldan fuertemente a Han Kuo-yu: tres mítines para lograr los votos de los agricultores" [traducción propia]", *聯合新聞網 (United Daily News)*, 18-10-2018, en: https://udn.com/news/story/6656/3428536, con último acceso el 21 de febrero de 2019. Cfr. LIN, Liang Sheng 林良昇: "國民黨的賞味期 "Período de apreciación del KMT" [traducción propia]", *自由時報 (Liberty Times)*, 27-11-2018, en: https://news.ltn.com.tw/news/politics/paper/1249826, con último acceso el 21 de febrero de 2019.

[34] Han estudió en la Academia Militar de la República de China, y es más que probable que utilizara sus relaciones para apelar al voto al estamento militar (Fongshan y Gangshan). En Gangshan, Fongshan, Qishan se esperaba movilizar a militares, funcionarios y trabajadores del sector educativo y a partir de ellos extenderse a otros grupos de población. Los tres eventos se organizaron entre semana, a las 18:30, y rompiendo la dinámica del mitin tradicional. Los encuentros se articularon en un ambiente festivo y musical en apoyo a la candidatura de Han y sin la participación de veteranos y altos dirigentes del partido. Un elemento central de la campaña fueron las banderas de la República de China que adquirieron una visibilidad y protagonismo destacado. Los medios afines a la alianza azul se encargaron de la épica: Cfr. CHEN, Hong-mei 陳弘美: "陸戰開打！韓國瑜翻轉高雄 「三山大決戰」成關鍵 ¡Guerra terrestre en marcha! Han Kuo-yu transformará Kaohsiung: la "batalla de las tres Shan" es la clave [traducción propia]", *中時電子報 (China Times)*, 25-10-2018, en: https://www.chinatimes.com/realtimenews/20181025001187-260407, (último acceso el 12 de febrero de 2019). La respuesta del equipo de Chen, a la movilización de los partidarios de Han, fue señalar la afluencia de público como personas de fuera de Kaohsiung frente al pedigrí kaohsunes de los asistentes a los eventos del PDP.. Cfr. HUNG, Chen-hung 洪臣宏: "心頭抓乎定！陳其邁陣營：大旗美 4 萬人造勢成功 "¡Manten firme la voluntad! Según el equipo de Chen Chi-mai, el mitin en la zona de Qizhan ha sido un gran éxito con 40 mil participantes" [traducción propia]", *自由時報 (Liberty Times)*, 11-11-2018, en: https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2609410, (último acceso el 21 de febrero de 2019).

[35] Cfr. The Liberty Times Editorial. "The warning from the ballot box", *Taipei Times*, 27-11-2018, en: http://www.taipeitimes.com/News/editorials/print/2018/11/27/2003704989, (último acceso el 9 de febrero de 2019).

[36] Cfr. HORTON, Chris: "Specter of Meddling by Beijing Looms Over Taiwan's Elections", *The New York Times*, 22-11-2018, en: https://www.nytimes.com/2018/11/22/world/asia/taiwan-elections-meddling.html?action=click&module=RelatedCoverage&pgtype=Article&region=Footer, (último acceso el 10 de febrero de 2019.

[37] Cfr. HIOE, Brian: "Is Chinese election interference behind the Han Kuo-yu phenomenon?", *New Bloom*, 13-11-2018, en: https://newbloommag.net/2018/11/13/han-phenomenon-china/, (último acceso el 21 de febrero de 2019).

[38] El tono moral de la campaña electoral en Kaohsiung ha sido algo destacado por los medios con independencia de a quién se le atribuye la iniciativa. Cfr. BUCHAN, Noah: "A sea change in Taiwanese politics", *Taipei Times*, 12-12-2018, en: http://www.taipeitimes.com/News/feat/archives/2018/12/12/2003705956, (último acceso el 21 de febrero de 2019).