

Juan G. IBAÑEZ

Madrid — El vicesecretario general del PSOE, Alfonso Guerra, afirmó ayer en la presentación de la campaña electoral socialista que tras el descubrimiento de la intentona golpista «no hemos detectado nada que nos deba hacer variar la orientación de nuestra campaña».

«El voto del miedo —comentó a preguntas de los periodistas— prácticamente ha desaparecido. La intentona no ha tenido un efecto orientativo sobre el voto. Lo que hemos detectado a través de las llamadas a las provincias es un desperezamiento en quienes, desde posiciones progresistas, se disponían a la abstención.»

«Entiendo que la campaña electoral —opinó— se va a desarrollar pacíficamente. Creo que podemos llegar al veintiocho sin que ocurran percances de mayor importancia.»

El líder socialista declaró, a preguntas de Diario 16, que el PSOE «es partidario de la televisión pública. La televisión otorga un poder que la puede hacer alienante, tanto si el propietario es el Gobierno como si lo son poderes económicos. Sólo existe cierta garantía de objetividad si está hecha por profesionales y mantiene la pluralidad, no sólo política, sino también de otros tipos. No es justo decir que donde no hay televisión privada no hay libertad. A este respecto hay ejemplos para todos los gustos».

Sobre la cadena de Medios de Comunicación Social del Estado se sorprendió del rumor de que el PSOE quiere mantenerla, cuando «cualquier solución es mejor que mantenerla como ahora. Hay que ofrecer a los trabajadores la po-

Alfonso Guerra, coordinador electoral nacional del PSOE, afirmó ayer en la presentación de la campaña socialista que ésta no va a cambiar de orientación por el reciente descubrimiento de una nueva intentona golpista. El líder socialista, que se encuentra al frente de un

Según Alfonso Guerra, «el voto del miedo prácticamente ha desaparecido»

El PSOE no modificará su campaña tras el intento de golpe de Estado



Esta imagen, con un Felipe de mirada angelical, empapelará España.

sibilidad de comprar el periódico, y si no es posible hay que llevarlos a una su-basta pública».

Precisión

El líder socialista, muy moderado en sus comentarios políticos —la única crítica al Gobierno fue que «a pesar de tener en su mano la convocatoria de elecciones, la UCD no tenía preparada la campaña electoral»—, se circunscribió a la explicación de los preparativos electorales.

Guerra renunció al triunfalismo —«ni me gusta, ni me interesa, porque puede ser desactivador para quienes lo den todo por hecho»—, pero exhibió con deleite planificación y precisión de la maquinaria electoral socialista.

«Tenemos organizados —señaló— diez mil mítines y mil trescientos actos sectoriales en toda España. Los dirigentes del partido intervendrán en ciento doce actos públicos. Felipe González participará en cin-

cuenta grandes actos, para lo cual utilizará catorce vuelos regulares de avión y dos autobuses especialmente acondicionados, con los que recorrerá 16.000 kilómetros.»

Las únicas provincias en las que no hablará el líder socialista serán Castellón y Navarra.

El comité electoral federal del PSOE va a repartir 12 millones de carteles electorales, de los que existen cinco modelos —cada provincia elaborará tres mode-

equipo de 150 personas y modernos medios de comunicación —dex, télex y teléfonos «punta a punta», que permiten conversaciones simultáneas con todas las provincias— aseguró no haber detectado influencias de la conspiración sobre el voto.

los propios de uso local—, que empapelarán 5.964 vallas y 8.133 cabinas telefónicas. En las emisoras de radio 32.000 cuñas publicitarias reclamarán el voto socialista.

Mil millones

El vicesecretario general del PSOE llegó a pormenorizar que, además del programa electoral —en edición completa y abreviada—, el partido ha editado un tríptico con las «100 me-

didas más importantes», «que se puede leer en seis minutos, es decir, mientras la gente espera el comienzo de un acto electoral».

El coordinador federal de la campaña socialista fijó el coste de ésta en 1.129 millones de pesetas, de los que la partida más importante —577 millones— corresponde a los gastos de publicidad. La estimación del déficit global es de unos 29 millones de pesetas.