

Se acabó. Terminaron los veintiún días legales de bombardeo publicitario político. La campaña electoral de los partidos ha llegado a su fin y ahora sólo queda el voto.

Carteles, pasquines, mítines, anuncios en prensa, intervenciones en radio y televisión han preñado al ciudadano español que ahora está a punto de parir sufragio. Los partidos ya han hecho lo que han podido. Pero, ¿qué han aportado a su mejor conocimiento en la inversión de millones? ¿Cuáles han sido las motivaciones

PSOE: Cien años de alternativa de poder

Un anónimo voluntario socialista ayudó en la campaña del PSOE con una pintada humilde, a bolígrafo, sobre el cartel de conmemoración del centenario: «Vota útil, vota PSOE a pesar de Felipe.» Este puede ser el resumen más claro de la campaña electoral del PSOE. Por un lado, la llamada al voto útil; por otro, el abuso de la utilización de la cara de Felipe González hasta el punto de que sus efectos pueden ser contraproducentes en las zonas de electores politizados. Pero es totalmente efectiva en las capas medias de la sociedad.

En los efectos de este uso y abuso de la imagen del líder se puede llegar a la identificación más clara del partido con el rostro de Felipe que con su emblema característico del puño y la rosa.

La campaña 79 del PSOE es un reforzamiento, un paso más adelante, de la campaña que hizo en el año 77. Entonces la intención era exactamente colaborar con la consecución de la democracia, presentar al partido y a su líder (y de paso tratar de identificar socialismo con libertad). Hoy, una vez conseguido todo esto, se pretende una defensa de las instituciones ya democráticas (a base de «honradez y firmeza» e implícitamente también de experiencia) y perfilar más definitivamente una imagen concreta de Felipe González, cada vez más cerca del poder, como una alternativa de presidente.

Los socialistas han descubierto con gran provecho que el cartel, la valla de publicidad, se dirigen directamente al ciudadano NO politizado, que no recibe normalmente ningún mensaje (no los acepta) político que esté cargado de ideología.

Ahora se ha cambiado el concepto de libertad por el de fuerza y firmeza. Con las apelaciones a la fuerza, firmeza y seguridad desde la izquierda, el PSOE no pretende ocupar el centro, sino el Gobierno. De ahí que sus críticas estén centradas en la labor de gobierno de UCD, y no en el sentido de UCD como centro real o falso. De aquí también su continua obsesión por dar una imagen de seriedad que pueda ser afín con la idea de gobierno, idea de seriedad subrayada por las firmeza y honradez

Cambian a Felipe

Es importante destacar el cambio en la presentación gráfica de Felipe González, para lograr ese aspecto serio

y preocupado de posible presidente de Gobierno. Para ese fin, su aspecto alegre y joven de político de la oposición que se dio en la campaña del 77 se cambia por la actual, responsable y firme. Se cambian las camisas a cuadros por las canas y la corbata y esa mirada de austeridad. Para este cambio gráfico es esencial el cambio en los colores. En el año 77 la campaña del PSOE estaba cargada de color, desde las fotografías hasta los carteles llenos de colorido y alegría de José Ramón (que este año ilustra su programa electoral). Sin embargo este año toda la campaña va en blanco y negro presentándonos la imagen entre sombras, lo que

expuestas para captar adictos que llevarse a la urna? ¿Qué trazos marcan los distintos perfiles de las campañas de hoy y de hace dos años?

A responder a estas preguntas se dirige el estudio de los cuatro «grandes». Rosa María Olivares ha profundizado en las campañas de Coalición Democrática, Unión de Centro Democrático, Partido Socialista Obrero Español y Partido Comunista de España, y señala coincidencias y divergencias, acercamientos o leña electoral.



Los socialistas del PSOE han cambiado la imagen de un Felipe descamisado y juvenil por la de un hombre y preocupado.

resalta los rasgos de dureza, firmeza y seriedad, y a la vez facilita su visualización y le distingue de los demás candidatos (todos a color).

En definitiva, tanto su campaña anterior como la actual se centran en la imagen de un líder único, aunque

el año pasado se hiciera una presentación amable y éste se refuerce su imagen de candidato al poder, de alternativa de presidente. Se han suprimido todos los demás posibles símbolos (excepto el puño y la rosa, que ocupa un segundo nivel).

Ficha electoral

Partido: Socialista Obrero Español (PSOE).
 Año fundación: 1879.
 Número diputados Cortes anteriores: 118.
 Número senadores Cortes anteriores: 49.
 Gastos de la campaña de 1977: 480 millones de pesetas.
 Gastos de la campaña de 1979: 600 millones de pesetas.
 Subvención del Estado (por número de escaños anteriores): 543 millones de pesetas.
 Slogan central campaña 77: «Socialismo es libertad» y «La libertad está en tu mano».
 Slogan central campaña 79: «Un Gobierno firme para una sociedad justa», «Un Gobierno firme para vencer el paro», «Un Gobierno firme para un país seguro» y «Tu voto es nuestra fuerza».
 Imagen base campaña 79: El rostro de Felipe González.
 Colores representativos: Blanco y negro (la rosa socialista en rojo).
 Número de provincias por las que se presenta: Toda España.
 Tipología candidatos: Edad media.
 Número de mujeres: 39 (al Congreso).
 Zonas de captación de votos: Clases medias no políticas y zona izquierda de UCD.