

AP y CD: El miedo como slogan electoral

Cuando un partido no es conocido suficientemente por su nombre, se trata de vender la imagen de los hombres que lo forman, y de resaltar las diferencias con otros partidos similares en cuanto a nombre o ideología. Pero CD no hace ni lo uno ni lo otro. Primero porque la imagen de su hombre central, Manuel Fraga, es suficientemente conocida como para intentar sacar más partido de ella, aunque hayan querido mitigar su dureza con la presencia de Areilza. Segundo, porque lo que CD busca es la «confusión» o identificación con UCD, tanto en el nombre como en la utilización de colores neutros (esencialmente el verde), como en definitiva los rastros característicos de su emblema (un círculo, formado por los brazos de dos monigotes, que no está totalmente cerrado).

Intenta ocupar su centro político con otra idea de lo que es el centro: equilibrio, seguridad y firmeza, un concepto de orden que deja fuera a la izquierda marxista e incluso a la socialdemocracia. Esta idea base está reforzada por la continua repetición de sus slogans: «Las cosas no están centradas», «Para centrar bien las cosas».

Su campaña es una muestra más del desplazamiento de las campañas de los partidos de derechas hacia su izquierda más cercana: Unión Nacional hace este año la campaña similar a la de AP en 1977, y CD hace una campaña muy parecida a la que hizo UCD en las pasadas elecciones, con el inconveniente de que este año UCD también apela al centro como algo propio, lo que incluye en la campaña de CD unos elementos de agresión verbal.

Contra la violencia

De esta forma su intención también es la moderación, centrando sus ataques a los extremismos, a la violencia. Quieren aparecer con un aspecto moderado, cosa muy problemática tratándose de Fraga, pero su verdadero talante se destapa en algunas imágenes de sus líderes y en algunas declaraciones de sus candidatos.

Pero, de cualquier forma, su campaña está basada especialmente en desprestigiar a



UCD, que es de donde le pueden venir los votos. Así intenta recalcar sus errores y debilidades que originan la decepción de sus votantes del 77. Sus slogans son alusiones concretas: «Porque no se ha cumplido lo prometido y no se puede tropezar dos veces con las mismas promesas.» Acusaciones concretas de debilidades izquierdistas: «Porque no puede haber un Gobierno democrático mirando sólo a un lado.» En definitiva, «porque no ha habido política de Gobierno, sino política de partido», «porque ha habido mucha política y pocos resultados». Y aquí se llega al punto clave: nos quieren hacer creer, como en los tiempos del franquismo, que las soluciones reales a nuestros problemas no pueden venir de la política, que los partidos no sirven porque sus soluciones son sólo «política»; quieren hacernos creer, una vez más, que la solución debe venir de un salvador pretendidamente apolítico, que no mire sólo por sus «intereses partidistas».

Es evidente que la campaña de CD utiliza elementos franquistas, de la época del desarrollismo, en un parecido paralelo con las antiguas elecciones a concejales por el tercio familiar, y más recientemente con la campaña de AP en 1977. Porque si no se puede tropezar dos veces con las mismas promesas, Fraga y su equipo han tropezado dos veces con los mismos errores electorales.

A sus candidatos se les escapan palabras como «contubernio», «marxismo inhumano», repiten ideas como las de la «unidad nacional», la familia cristiana como base de la sociedad, «paz y justicia social» (no confundir con socialismo), las amenazas de golpe, el recurso al miedo («Si el experimento autonomista sale mal detrás de él estarán la revolución o la guerra civil; o ambas cosas. El que avisa no es traidor», Fraga).

Su parecido con la campaña de AP del 77 radica esencialmente en resaltar aspectos negativos y fallos del proceso democrático.

Ficha electoral

Partido: Coalición Democrática (integra AP esencialmente).

Año fundación: 1979 (AP en 1977).

Número diputados Cortes anteriores: 16 (AP).

Número senadores Cortes anteriores: dos (Galicia y Baleares).

Gastos de la campaña de 1977: No se presentó (AP más de mil millones).

Gastos de la campaña de 1979: 600 millones.

Subvención del Estado (por número de escaños anteriores): 55 millones de pesetas.

Slogans centrales de la campaña 77 (AP): «España lo único importante», «La solución al problema», «Vota Fraga, Fraga conviene» y «Libertad y... en orden».

Slogans centrales de la campaña 79: «Porque las cosas no están bien centradas», «Para ordenar bien las cosas», «... Y no se puede tropezar dos veces en las mismas promesas» y «Porque no ha habido política de Gobierno, sino política de partido».

Imagen base campaña 79: Texto (resaltando palabras como: familia, seguridad, trabajo, precios, y siempre la palabra ¡Ahora!) y símbolo.

Colores representativos: Verde claro y verde oscuro.

Número de provincias por las que se presenta: Toda España.

Tipología candidatos: Edad media, treinta y seis años. Número de mujeres que presenta: —.

Zonas de captación de votos: Derecha (en fricción con UN), desilusionados de UCD y esencialmente de las zonas de abstención.