



Facultad de Comunicación

Estrategias de comunicación política de las
campañas electorales

Estudio de casos: Análisis de la campaña electoral
del Partido Popular en las elecciones andaluzas de
2012

Carlos Salas Cristóbal
Tutora: Concha Pérez Curiel
Sevilla, Diciembre de 2013

Máster en Comunicación Institucional y Política. Trabajo fin de máster.

Autor: Carlos Salas Cristóbal

Tutora: Concha Pérez Curiel

“Las elecciones son la sangre vital de la democracia: generan debate público, dan forma a la agenda de la política, permiten la selección de representantes, determinan la composición de los parlamentos e influyen en la distribución del poder en el gobierno. La oportunidad regular de echar a puntapiés a los truhanes por medio de las urnas es una precondition esencial de la democracia”.

L. LeDuc, R. Niemi y P. Norris (2002:1)

Índice

1.- Introducción	7
1.1- Justificación del tema	14
1.2- Hipótesis y objetivos	15
1.3- Metodología	16
2.- Marco Teórico	
2.1- Comunicación política. Campañas electorales y efectos en la población	21
2.2- Campañas electorales en Andalucía	29
2.3- El PP en el contexto electoral andaluz	31
2.4- Similitudes y divergencias de campaña electoral de referencia: el caso de Sevilla	33
3.- Análisis Aplicado	
3.1- Metodología. Análisis de contenido	40
3.2- Metodología. Entrevistas	49
3.3- Metodología. Encuestas	57
4.- Conclusiones	
4.1- Verificación de hipótesis y valoración de objetivos	66
4.2- Conclusiones generales	68
4.3- Futuras líneas de investigación	68

5.- Bibliografía	70
6.- Anexos	
6.1- Análisis de contenido	76
6.2- Entrevistas	109
6.3- Encuestas	118

Parte I. Introducción

1.- Introducción

El 25 de marzo de 2012 se celebraron elecciones para elegir gobierno en la comunidad autónoma de Andalucía. Estos comicios se celebraban en un contexto muy complicado políticamente, puesto que la crisis económica llegaba a sus puntos más agudos, creando un malestar generalizado en la población. Este malestar había quedado patente en los últimos periodos electorales que se habían dado en España, y que habían cambiado el signo político de numerosos gobiernos en todos los niveles.

Con respecto a esos comicios más cercanos en el tiempo, el primero de ellos a tener en cuenta como ejemplo de cambio de tendencia electoral es el de las elecciones autonómicas y municipales de mayo de 2011, en las que el Partido Popular obtiene una victoria histórica, desbancando al PSOE como partido con más representantes en todas las administraciones. Gobiernos autonómicos como los de Castilla la Mancha o Extremadura cambiaron de signo político, ascendiendo el PP al poder y confeccionando un mapa de España mayoritariamente azul en cuanto a gobiernos de comunidades autónomas se refiere. En los gobiernos locales, la victoria del Partido Popular también consolida su tendencia al aumento de número de votos, que lo lleva a gobernar en la mayoría de los ayuntamientos, consiguiendo llegar al poder en ciudades tan importantes como Sevilla o Vitoria.

La siguiente convocatoria electoral importante serían las elecciones generales, que con un adelanto de unos meses convoca José Luis Rodríguez Zapatero para noviembre de 2011. Influenciado posiblemente por la derrota electoral de su partido y por la pérdida de poder en numerosas instituciones convoca elecciones el día 20 de noviembre, cuatro meses antes de lo previsto. Mariano Rajoy por el PP obtiene mayoría absoluta de diputados en el Congreso y llega a la presidencia del Gobierno de España con un más que sólido apoyo del Poder Legislativo.

En este momento, a partir de finales de 2011, el PSOE queda relegado como partido de la oposición en la mayoría de instituciones. Tan sólo conserva las comunidades autónomas de Andalucía y País Vasco (gobernando en esta última con el apoyo del PP). Por el contrario, el PP tiene una amplia cota de poder. El partido fija su

siguiente objetivo que será alcanzar la presidencia de la Junta de Andalucía que nunca ha conseguido. En ese momento el gobierno andaluz está gobernado por el Partido Socialista.

Las elecciones autonómicas para esta comunidad se convocan para el 25 de marzo de 2012. En circunstancias normales, de no haber convocado Zapatero las generales con unos meses de adelanto, hubieran coincidido con los comicios andaluces. Los candidatos que optan a la presidencia son, José Antonio Griñán por el Partido Socialista, Javier Arenas por el Partido Popular y Diego Valderas por Izquierda Unida. Estas eran las fuerzas políticas que hasta entonces tenían representación en la cámara andaluza. Además también optaban a la presidencia Pilar González por el Partido Andalucista o Martín de la Herrán por Unión Progreso y Democracia, además de otros grupos minoritarios. Como circunstancia peculiar, Griñán se presenta por primera vez como cabeza de lista, a pesar de que ya era presidente de la Junta de Andalucía desde abril de 2009 cuando Manuel Chaves abandonaba el cargo para formar parte del Gobierno de José Luís Rodríguez Zapatero y dejaba el relevo a Griñán, hasta entonces consejero de Economía y Hacienda.

La campaña electoral que desemboca en los comicios del 25M va a tener dos puntos centrales de atención en las estrategias de los partidos con posibilidades reales de llegar a la presidencia sin pactos (PSOE y PP). Los medios de comunicación a su vez también van a tratar en numerosas ocasiones este binomio. Y es que, el Partido Socialista va a utilizar el nombre del Gobierno Central como clave de ataque de su campaña; lleva a cabo una dura crítica al recién estrenado gobierno de Mariano Rajoy y a una de sus primeras medidas, como la Reforma Laboral. No en vano, los sindicatos mayoritarios convocan una huelga general a la que se unirá el PSOE, justo cuatro días después de la fecha prevista para los comicios andaluces. En Andalucía se utilizan estas medidas del gobierno central para atacar frontalmente las políticas del PP y con ello a su candidato Javier Arenas.

El otro punto caliente de la campaña, esta vez utilizado por los populares, es el caso de los ERE. Una gigantesca operación de corrupción según la cual habrían podido salir más de 1.000 millones de euros de forma irregular de las arcas de la Junta a personas cercanas al PSOE y a algunos sindicatos. El nombre lo toma de las primeras

investigaciones, que arrojaron que varias personas estaban cobrando prejubilaciones por EREs de empresas en las que nunca habían trabajado. De hecho, durante la campaña, la juez Alaya, que instruye el caso, envía a prisión a algunos antiguos altos cargos del gobierno autonómico, como Francisco Javier Guerrero, exdirector general de empleo.

A grandes rasgos, la campaña electoral se centra en estos dos hechos. Los nuevos ministros del Gobierno de España apoyan en numerosas ocasiones a Javier Arenas, así como el propio Mariano Rajoy, y es que el PP ve a Andalucía como el próximo territorio al que llegar tras más de 30 años ininterrumpidos de gobierno socialista. Arenas, había optado a la presidencia en 1994, 1996 y 2008, convirtiéndose las elecciones de 2012 en la cuarto intento. En esta ocasión, el descalabro electoral que había venido sufriendo el PSOE en anteriores elecciones unido al enorme caso de corrupción andaluz, entre otros factores, hacían al PP ver la sede de la presidencia más cerca que nunca.

El 28 de febrero, día de Andalucía, a menos de un mes de la cita electoral se publican en diversos medios de comunicación encuestas que recogen la intención de voto. El denominador común de todas es la mayoría absoluta para el PP en el Parlamento. La realizada por el Instituto de Marketing y Comunicación (IMC) para ABC otorga al partido de Arenas el 46,3% de los votos y 59 escaños, cuatro por encima de la mayoría absoluta establecida en 55. El PSOE le seguiría con el 36,2% y 43 diputados. Otro ejemplo, la encuesta que realiza Sigma Dos para El Mundo otorga al PP el 45% de los votos, y entre 54 y 57 diputados, mientras el PSOE le sigue con un 36,3% y entre 42 y 44 representantes. CEPES, la Confederación de Entidades para la Economía Social también realiza una encuesta y le otorga al Partido Popular una horquilla más justa, por la que obtendría entre 53 y 57 diputados. Los datos de las encuestas varían en función del momento de la campaña y del medio o institución que la publique o encargue. Pero sirvan estos ejemplos como representativos de la multitud de datos que en este tiempo se publican.

Uno de los puntos calientes de la campaña fue el debate en la televisión pública autonómica, Canal Sur. En *prime-time* estaba previsto que justo dos semanas antes de las elecciones, el lunes 12 de marzo los tres candidatos de las tres formaciones políticas que en ese momento formaban parte del Parlamento (PP, PSOE e IU) debatieran sus

propuestas. El debate televisivo es una de las herramientas más utilizadas en las campañas electorales de nuestro país. María José Canel afirma que de todos los eventos de una campaña, éste es el que más puede hacer cambiar un resultado electoral (Canel 2006: 57). A su vez Benjamín Marín advierte que es el evento electoral más seguido en los países que se celebra. En los debates se pone a prueba la capacidad de cada candidato a enfrentarse a sus oponentes, a defender temas difíciles, como ocurría en este caso con el candidato Griñán y el caso de los ERE.

En la práctica, y tras varios días de negociación y muchos artículos en prensa y opiniones ciudadanas en las redes sociales, el debate se celebra pero sólo participan los candidatos de PSOE, José Antonio Griñán y de IU, Diego Valderas. Esto provocó reacciones en los dos sentidos: la maquinaria electoral del Partido Socialista comenzó una campaña en las redes denominada como “Arenas gallina” y tachaba de cobarde al candidato popular por no querer enfrentarse a sus oponentes en la televisión pública. Igualmente los políticos acusaron a los dirigentes del PP de no querer dialogar. Por su parte, el Partido Popular y Javier Arenas no quisieron participar en el debate argumentando la “falta de imparcialidad de Canal Sur” y proponían que se celebrara en otro lugar, y que de esta forma fuera más “parcial”. ¿Cuáles fueron las verdaderas razones por las que Arenas no participó en el debate? ¿Afectó eso a su credibilidad? ¿Consideró que no era necesario debatir?

María José Canel argumenta algunas razones por las que a un candidato le puede compensar debatir:

“Compensa debatir cuando: [a un candidato]

-Se predice una estrecha cercanía de resultados entre los partidos rivales, lo que hace que el resultado final dependa de un número bajo de votos, entre los que están los indecisos;

-El candidato propio es un buen debatiente [...]

De manera que no suele querer debatir el candidato del que se predice una mayoría clara” (Canel 2006: 59).

En efecto Javier Arenas en esos días se veía apoyado por la mayoría absoluta que le otorgaban las encuestas, pero que finalmente no se correspondieron con el resultado electoral. Entonces, ¿qué falló?

Es objetivo de este trabajo estudiar un proceso concreto de comunicación política en las campañas electorales. Se pretende analizar una estrategia como “la existencia de un plan calculado de acción, y el uso de técnicas de comunicación acordes con él” (García, D’Adamo y Slavinsky 2005: 24). Por ello se considera vital el papel de los medios de comunicación. Como afirma el profesor García “se argumenta que el beneficio de la creciente disponibilidad de información política a través de los medios de comunicación de masas facilitaría una toma de decisiones razonablemente informada sin realizar esfuerzos” (García F y otros 2005: 27). Para lograr obtener unos resultados positivos es necesario plantear una estrategia electoral aprovechando al máximo las herramientas que tenemos a nuestra disposición. El debate en televisión pudo ser un factor clave. Otro influyente serían las redes sociales.

Y es que las redes sociales merecen una mención especial en esta campaña electoral. Por primera vez en unas elecciones andaluzas son utilizadas como instrumento útil al servicio de los partidos. Twitter se convirtió en una herramienta de uso diario para los políticos. Y como ejemplo, valgan los datos: el perfil de José Antonio Griñán publicó 94 tweets, el de Javier Arenas lo hizo 549 veces. Otro ejemplo, la mañana del 13 de marzo, día después del debate en el que Javier Arenas no participó, en esa misma red social uno de los *Trending Topic* (temas más comentados a nivel nacional en ese momento) era “Arenas gallina”. El PSOE había logrado movilizar a todos sus simpatizantes para que la ausencia del candidato popular al debate fuera conocida por toda España.

Pese a ello, M. Alejandro Martínez en *Redes sociales y política 2.0, presencia en Twitter de los candidatos a las elecciones andaluzas de 2012* afirma que “el afán de los políticos por estar en Internet se debe más al deseo de sumarse a los avances tecnológicos por mera conveniencia electoral que a la verdadera consideración de estas herramientas como un elemento fundamental de su estrategia de campaña” (Martínez 2012: 92).

La conexión entre la política y la red social twitter está en constante evolución, principalmente porque es una nueva herramienta al servicio de la comunicación política. A pesar de ello, todavía quedan muchos políticos que no saben utilizarla. Es una red social muy extendida sobre todo entre el público joven de la sociedad, y si los partidos, las instituciones y los políticos quieren llegar de forma efectiva a este tipo de población no tienen más remedio que adaptarse. Caldevilla reconoce que “cada red social tiene unas pautas de conducta y unas formas de comunicación propias y es necesario conocerlas, comprenderlas y ejecutarlas para poder sacar provecho de estas herramientas comunicativas” (2009:35).

El día 25 de marzo de 2012 se llevan a cabo las elecciones autonómicas. El resultado muy lejos de lo que vaticinaban las encuestas. El Partido Popular gana las elecciones pero se queda en 50 diputados a cinco de los que la darían la mayoría absoluta. El Partido Socialista obtuvo 47 representantes y 12 consiguió Izquierda Unida. No entra ninguna nueva formación en la cámara. El gobierno se queda en manos de los socialistas, que gobernarían en coalición con la formación de Diego Valderas. Un pacto que arrebató al PP una de las pocas comunidades autónomas que aún no ha gobernado. Pese a ser el partido más votado, quedó en la oposición, muy lejos de la situación que le habían previsto las encuestas.

Con todo, es necesario plantearse qué ocurrió. La campaña electoral objeto de esta investigación arroja numerosos interrogantes ante un hecho no previsto por numerosas partes implicadas. Es necesario hacer un estudio del proceso comunicativo, de las estrategias de campaña y de los hechos ocurridos para justificar el error de las previsiones.

1.1 Justificación del tema

El máster universitario que con el presente trabajo finaliza ha sentado las bases sobre el estudio de la comunicación institucional y política. Ambas, como en general todas las ciencias sociales están en constante evolución y es por ello necesario estar siempre abiertos a renovar conocimientos o directamente a aprender otros nuevos. Internet, hace unos años, y las redes sociales en la actualidad han revolucionado la forma de hacer comunicación. El máster ha pretendido ofrecer una formación en estas materias, incluyendo desde un poco de historia hasta llegar a los desafíos a los que hay que enfrentarse en la actualidad. Propaganda, estrategias políticas, marketing y cómo no errores que se han repasado de manos de profesionales del sector que han intentado hacer una pequeña radiografía de un mundo complejo. Y es que cada vez son más los instrumentos con los que cuentan los profesionales que ejercen estas materias.

El presente trabajo va a centrarse en la comunicación política. Más concretamente tratará de hacerlo con uno de los más importantes métodos de esa comunicación: la campaña electoral. Estudiará la campaña que llevó a cabo el Partido Popular ante las elecciones autonómicas de 2012. Centrándose en el hecho objetivo de los resultados intentará aportar un porqué. Estos resultados fueron inesperados para la mayoría de los actores implicados (el propio partido, los ciudadanos o los medios de comunicación). Las encuestas, la victoria cercana del partido en otros comicios o el desgaste político que sufría el PSOE con el caso de los ERE influían para que el PP se considerara muy cercano a la victoria antes de celebrarse las elecciones. Es necesario, por tanto, hacer un repaso de la campaña electoral y de las estrategias que se llevaron a cabo. Igualmente, otro foco de estudio se situará en la población, que fue la mano ejecutora que decidió que el PP quedara fuera del gobierno de la Junta. Por último se analizará el hecho desde el prisma mediático; los medios de comunicación que siguieron día a día la campaña para extraer conclusiones tanto informativas como de en qué medida pudieron apoyar o no a un candidato.

1.2 Hipótesis y objetivos

Con la idea de responder a las preguntas planteadas en la introducción del tema y cumplir los objetivos previstos se formulan las siguientes hipótesis como ejes centrales de la investigación:

- El Partido Popular desarrolló una campaña electoral basada en resultados de encuestas y triunfo en otras comunidades autónomas centrándose en el cómo vamos a gobernar frente al por qué debemos gobernar.
- El fracaso del PP en las elecciones autonómicas andaluzas del 2012 se debió entre otras causas a que se aplicaron las mismas estrategias de comunicación que en las elecciones generales de noviembre de 2011.
- La población andaluza, mayoritariamente rural, no responde de la misma forma ante los mensajes políticos de un partido de centro-derecha.

Objetivo general

- Conocer las estrategias de comunicación política que el Partido Popular llevó a cabo en las elecciones autonómicas de 2012 y la influencia en los resultados alcanzados.

Objetivos específicos

- Comprobar si la campaña estuvo condicionada por los resultados de las encuestas que señalaban al partido como ganador de las elecciones.
- Analizar qué imagen se trasladó a la población con esta campaña.
- Descubrir si la campaña supuso la modificación en la intención de voto de los electores.
- Analizar el tratamiento de los medios de comunicación sobre la campaña en las elecciones andaluzas de 2012.

1.3 Metodología

La metodología es aquella forma de estudio que vamos a utilizar para investigar unos hechos. El análisis se desarrollará en profundidad en la tesis doctoral, fase siguiente de la investigación que completará el estudio sobre la campaña electoral del PP-A en las elecciones autonómicas de marzo de 2012.

La intención es, mediante la metodología aplicada, conocer las estrategias de comunicación política utilizadas en la campaña electoral del Partido Popular en las elecciones andaluzas de 2012 y analizar las causas y consecuencias de la misma.

Se optará por un método de triangulación que incluye el análisis de contenido, la entrevista en profundidad y la encuesta.

-Sobre el análisis de contenido

La primera de ellas, el análisis de contenido estudiará de forma detallada la información en dos medios de comunicación escritos de ámbito local, ABC de Sevilla y Diario de Sevilla. De ellos se extraerá la primera de las noticias dedicadas al Partido Popular durante gran parte de la campaña electoral, concretamente entre los días 12 y 26 de marzo, ambos inclusive. Se trata de fechas claves para entender la estrategia del partido, su acierto o error. El 12 de marzo corresponde al lunes en el que se celebra el debate en Canal Sur y el último de ellos, el 26 de marzo, el día después de las elecciones. En el estudio de la prensa se intentará extraer conclusiones del enfoque que tuvo la campaña por parte del PP-A así como del trato que estos medios ofrecieron.

La muestra se ampliará en la siguiente fase de la investigación correspondiente a la tesis doctoral.

Multitud de autores han intentado explicar qué es y en qué consiste un análisis de contenido. A grandes rasgos podemos definirlo como el estudio basado en la observación de un material que nos ofrece una parte, que puede estar o no interesada. Walizer y Weinir (1978) lo presentan como “cualquier procedimiento sistemático

ideado para examinar el contenido de una información archivada”. Para Kerlinger es “un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables” (1986). Una de las descripciones más completas la ofrece José Luis Piñuel Raigada. Este autor avanza un paso más y considera el análisis encaminado a un fin concreto, en este caso el de intentar verificar las hipótesis; “se llama actualmente análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis aplicadas a productos comunicativos (mensajes, textos y discursos) o a interacciones comunicativas, que, previamente registradas, constituyen un documento con el objetivo de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior” (1995: 511).

Si se tiene en cuenta el cómo, Laurance Bardin (1986) divide el proceso en tres fases: el preanálisis, el aprovechamiento del material y, por último, el tratamiento de los resultados, la inferencia y la interpretación. Bardin afirma que si se ha seleccionado bien el material a analizar, la segunda y la tercera fase no serán más que la administración sistemática de las decisiones tomadas.

Para llevar a cabo el análisis de contenido se establecerá una ficha, que sacará de cada muestra los parámetros más interesantes para la investigación. Concretamente, además de los aspectos formales de autor, nº de página o titular, se analizarán por ejemplo el número de veces que se trata el tema de la corrupción, o las ocasiones en las que aparecen las encuestas de intención de voto. De esta forma se quiere descontextualizar la noticia o el análisis que se esté estudiando para obtener así aspectos estadísticos y de forma. En el anexo 1 se puede consultar la ficha de análisis.

-Sobre la entrevista en profundidad

Además del análisis de contenido se hará un acercamiento a los medios de comunicación a través de varias entrevistas en profundidad. Estas entrevistas van a estar protagonizadas por periodistas de diferentes empresas de comunicación. Normalmente los medios designan uno o varios periodistas para que acompañen a los candidatos durante toda la campaña electoral. De esta forma toda la información referente a ese

partido y a ese candidato estará elaborada por la misma persona que tiene, por tanto, un contexto amplio de la campaña y no valora hechos como concretos sino que quedan insertados como una estrategia para toda la campaña. De esta forma y mediante una entrevista estructurada con las mismas preguntas se estudiará el desarrollo de la campaña desde los diferentes puntos de vista de los periodistas y de los medios de comunicación.

Piergiorgio Corbetta asegura que “la entrevista cualitativa pretende obtener datos preguntando a los sujetos, pero con el objetivo característico de la investigación cualitativa de conocer la individualidad de la persona entrevistada y ver el mundo con sus ojos” (2007: 344). Ezequiel Ander-Egg enumera una serie de ventajas que tiene la entrevista como método de investigación, sobre todo en el campo de las ciencias sociales. Una de las que resalta respecto a otros autores es la posibilidad que tiene el entrevistador de captar “el sabor” de las respuestas, esto es, las reacciones, los gestos y los movimientos o los tonos de voz. Asegura que son muchas las observaciones que de esta circunstancia pueden registrarse y tener en cuenta en el desarrollo de la investigación (1987: 237). En este sentido, Goode y Hatt hablan de la posibilidad de captar “indicios subliminales”, pequeños fenómenos de comportamiento que acompañan a emociones que no se reconocen conscientemente.

-Sobre las encuestas

El tercer paso en el proceso de investigación será una aproximación a los votantes, a los que estaba dirigida la campaña electoral y que el 25 de marzo tomaron una decisión. Para ello se utilizará el método de la encuesta, para que con unas simples preguntas, se saquen conclusiones sobre algunos asuntos clave. “El cambio andaluz”, Javier Arenas o el caso de los ERE que serán vistos desde el punto de vista ciudadano. Pero García Ferrando alerta: “entre los aspectos a tener en cuenta en la preparación de la encuesta no hay que olvidar los relativos a los entrevistados, respecto de las preguntas que se les formulan [...] la relevancia que para ellos puedan tener las preguntas o el grado de información...” (1986). Por tanto, a la hora de realizar el listado de preguntas se tendrá que estudiar el tipo de población al que se le va a plantear. Corbetta, en *Metodología y técnicas de investigación social* determina la encuesta como “un modo de obtener información preguntando a los individuos que son objeto de la investigación que forman

parte de una muestra representativa, mediante un procedimiento estandarizado de cuestionario con el fin de estudiar las relaciones existentes entre las variables” (2007: 146). De esa forma se estudiará si hubo relación directa o no entre los mensajes lanzados por el PP-A en la campaña y la actitud de voto respecto a ellos o si, por otra parte, la imagen del candidato y del partido no se vio modificada en absoluto en todo el proceso.

Parte II. Marco Teórico

2.1.- Comunicación política. Campañas electorales y sus efectos en la población

En este punto es necesario hacer una revisión de los conceptos que van a influir en la investigación, así como plantear una pequeña introducción de los temas que se van a tratar. Son muchos los autores que han escrito sobre comunicación política, campañas electorales y los efectos que sobre la población éstas tienen. Pero desde este trabajo fin de máster se hará una pequeña introducción que contextualice el caso concreto que nos ocupa, la campaña electoral del PP en las elecciones autonómicas andaluzas de 2012.

La política es parte fundamental de la vida de una sociedad. Y lo es porque le afecta directamente; es ésta la que determina la forma en la que viven los ciudadanos. Aristóteles la define en el siglo IV a.C. como “la actividad humana tendente a gobernar o dirigir la acción del estado en beneficio de la sociedad y el proceso y actividad orientada, ideológicamente, a la toma de decisiones de un grupo para la consecución de unos objetivos” (1989). La Real Academia Española por su parte la define como “actividad de las personas que gobiernan o aspiran a regir los asuntos públicos”. Considerándola como una actividad es posible encontrar multitud de formas para llevarla a cabo. Pero esta contextualización se va a centrar en la política que se ejerce en la mayoría de las sociedades desarrolladas. Y es que en estas sociedades la política está regida por el camino que le marcan los electores, la ciudadanía. El camino por el que avanza la política puede ser más o menos ancho en función del país del que hablemos, pero en los consolidados sistemas democráticos de los inicios del siglo XXI, la política, sus ideales, sus normas y aquellos que la practican están expuestos a la opinión de la ciudadanía, que actúa con soberanía sobre ella y delimita sus acciones de manera que no puedan salirse del camino marcado, aunque sí oscilar más hacia la izquierda o más hacia la derecha.

Y como lo que no se comunica no existe, la política tiene que hacer suyas las herramientas de la comunicación para existir. La clase política, sus ideologías, sus proyectos tienen que comunicarse con el público. Las formas en las que lo hace varían constantemente: es difícil, por ejemplo, concebir ahora una comunicación política sin redes sociales, unas herramientas que apenas hace 10 años no existían. Pero sin

embargo llevamos viendo como otras formas, como el mitin o el cartel, se repiten en todos los procesos electorales, eso sí, modificando su estructura. Es, en definitiva, un proceso comunicativo en constante cambio. Gomis reconoce el interés que tiene el sistema político en comunicarse:

El sistema político está muy interesado en aparecer a los ojos de los ciudadanos, de los funcionarios de los militantes, de las potencias exteriores y en general del universo mundo como extremadamente capacitado para plantear correctamente los problemas y resolverlos con eficacia. Se proponen leyes, se discuten, se votan, se pronuncian discursos, se convocan conferencias de prensa, se inauguran obras. Los políticos, pertenezcan al gobierno o a la oposición son la principal fuente interesada en demostrar que la gestión social marcha adecuadamente o por el contrario en criticar que no se lleva como es debido (1991: 72-73).

Y es que, de una correcta y adecuada comunicación por parte del poder político depende su supervivencia: mantenimiento en el poder o ascenso al mismo.

La comunicación política es por tanto ese proceso en el que un emisor, generalmente un partido o un integrante de éste, manda un mensaje con una determinada forma e intención a un receptor para provocar en él una reacción que, generalmente va a ir encaminada a obtener un voto o al fomento de la simpatía hacia el partido. El sentido de esta comunicación está en obtener una respuesta del receptor. Si el emisor no la consigue, habrá fracasado en su intento de comunicación. María José Canel define la comunicación política como “el arte de la ilusión que practica el político inexperto, que necesita dominar las palabras y las imágenes para moverse con soltura en el corazón de quienes le escuchan” (2006: 11).

David L. Swanson en un capítulo del libro “*Comunicación Política*” de A. Muñoz Alonso y J.I. Rospir es menos metafórico y la considera como el resultado de las relaciones entre la comunicación y la política, sumando además los grandes cambios tecnológicos que ha traído el siglo XX, los medios de comunicación de masas tales como la televisión. Swanson reconoce cuatro características de este tipo de comunicación:

-El reconocimiento que la intrusión de los medios en el proceso político y la incorporación de nuevas estrategias centradas en los medios, en la política y en el gobierno, constituyen un proceso y no un acontecimiento. Un proceso en constante movimiento, de ahí que el estudio de la comunicación política está constantemente desarrollando nuevas técnicas.

-En cada país, el proceso está condicionado por el entorno nacional. La cultura, las instituciones, la historia o el sistema de medios del país afectan y determinan la dirección que toma la comunicación política.

-Las formas y las consecuencias de las innovaciones en comunicación política traspasan las fronteras de las tradicionales disciplinas académicas, tales como la sociología, los estudios de literatura, el periodismo o las propias ciencias políticas. Es interdisciplinar, desea formular perspectivas amplias sobre el tema, más allá de lo que pueda hacerlo cualquier disciplina en concreto.

-Por último, la comunicación política tiene varios objetivos y va dirigida a varios públicos simultáneamente. Los avances en las tecnologías o los cambios en la sociedad son objeto de renovación en este tipo de comunicación (1995: 6).

Ofa Bezunarte relaciona a los políticos, los medios y la audiencia, los tres actores principales en el proceso de comunicación política, en lo que denomina la teoría del triángulo:

(...) Cada uno de los lados actúa sobre los otros dos y es dependiente de ellos. Pero, en cualquier caso no son relaciones simétricas. La mirada de los políticos o de los poderes en general está puesta en el público, muchas veces con ánimo persuasivo, y los medios son el camino; pero para el público, los medios son un producto en sí mismo que sólo accesoriamente puede ejercer de alimento ideológico (1998: 14).

Este triángulo recoge el proceso de comunicación que nos ocupa, el mensaje que un partido manda a una audiencia a través de los medios.

Pero ahondando más, ¿quién dentro del partido es el encargado de elaborar el mensaje político que va a lanzar el candidato? Llegados a este punto es necesario hablar de los gabinetes de prensa. Éstos, formados en la mayoría de los casos por periodistas,

constituyen una de las principales fuentes para los medios. Pero a su vez, transforman y amoldan la realidad de manera beneficiosa para ellos y para su empresa, en este caso, el partido. Pérez Curiel los considera “absolutos focos de poder y control político”, en cuanto a que actualmente “ha terminado por convertirse en la necesidad imperiosa de contar con un material humano en el que directivos, políticos, economistas e incluso famosos depositan toda su confianza a cambio de que su voz, su imagen y sus acertadas estrategias ocupen en el maremágnum mediático diario un lugar preferente y, a su vez, sepan convencer, ocultar y negar toda la información que ponga en evidencia el rol social encomendado” (2011: 77).

En la actualidad todos los partidos políticos cuentan con gabinetes de prensa, con sus correspondientes responsables de prensa, que son expertos en comunicación y que bajo la etiqueta de periodistas trabajan para crear y lanzar unos mensajes lo más atractivos posibles para que los medios se hagan eco de ellos. Entran también a formar parte en este proceso otros factores, como la inmediatez, que resulta clave en las tareas informativas, más aún en los tiempos actuales de Internet y las redes sociales. Txema Rodríguez hace la siguiente definición de los gabinetes de comunicación:

“Fuentes activas, organizadas y habitualmente estables de información que cubren las necesidades comunicativas tanto internas como externas de aquellas organizaciones y/o personas de relieve que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad influyendo de esta forma en la opinión pública” (1995: 27).

Actualmente es tal la inmersión del poder político en los medios de comunicación de la mano de los gabinetes de prensa que es imposible imaginar periódicos, telediarios o informativos de radios sin ningún tipo de información política. Y esto conlleva, como no, mucha presión en los profesionales de estos gabinetes. Presión que ejercen las empresas (partidos en este caso) y que éstos pasan a los directores de los medios o responsables de contenido para que sus temas figuren en las agendas mediáticas:

“Los periodistas de la elite hablaron con naturalidad de las presiones, reconocieron su existencia, fueron capaces de clasificarlas, pero no encontraron ninguno que reconociera haberse rendido ante ellas... Las presiones han existido siempre, explicaba uno de los

entrevistados, director de una revista: “Bajo una dictadura, se practica sencillamente la censura, pero en una época de libertad la presión es más sutil: a través de amistades, de mensajes subliminales, de propuestas edulcoradas. La más fácil de resistir es la más brutal, la que viene a través de una imposición. Y la más difícil de rechazar es la que viene a través de un amigo, de quien te pide un favor... Esta profesión tiene que dejar en el camino muchas veces a los amigos y al mismo tiempo se forja una fila de enemigos” (Diezhandino, M.P: 1994: 172).

Pero también es necesario observar la relación contraria; esto es, cuando son los medios los que requieren información de políticos o de partidos. Txema Ramírez asegura: “siempre debe informar, esto es, no sólo cuando quiera vender una información, sino también en tiempos de crisis. De esa forma la credibilidad del Gabinete saldrá reforzada. Hay que tener siempre en cuenta las necesidades productivas de los informadores. Éstos deben de llenar las páginas de sus periódicos haya o no abundancia de información...” (1995: 88-89).

Es conveniente llegados a este punto, considerar también a los gabinetes en su forma más restrictiva: los gabinetes de comunicación como muro, son ellos los que permiten o no el acceso al político o a la institución de turno y en el caso de que la conexión no sea directa son los propios gabinetes los que elaboran la información amoldándola con la forma que sea beneficiosa para su empresa. Una información que después va directamente al medio, y que en la mayoría de los casos publicará puesto que son, en estos casos concretos, los primeros interesados en dar una voz oficial.

Del funcionamiento de ambas prácticas, tanto de los gabinetes a los medios como a la inversa, surge el riesgo de caer en la comodidad. Es fácil para uno y para otro tener buena relación. Los periodistas de los medios pueden caer en la rutina y dedicarse a servir de altavoz a los intereses del gabinete del partido en cuestión, sin poner en duda ni siquiera su veracidad. Esto también reduce el número de fuentes con las que un periodista cuenta para elaborar un texto, con la consiguiente pérdida también de veracidad. Sin embargo esta es la situación ideal para los gabinetes, puesto que la información que ellos mandan pasa sin apenas filtros a los medios de comunicación y con ello, a la sociedad.

En la actualidad los gabinetes de comunicación están implantados en prácticamente todas las instituciones, asociaciones o partidos. El objetivo de mejorar la imagen o mantenerla positiva así como el interés por formar parte de la agenda mediática (y con ello existir en la era de la información) lleva a los dirigentes, principalmente políticos, a contar en sus equipos con profesionales formados en el ámbito de la comunicación.

Los gabinetes de comunicación forman en la actualidad parte fundamental de las campañas electorales. Detrás de cada candidato hay varios asesores que forman parte junto con abogados, estilistas o fotógrafos del equipo de campaña. Trabajan con el candidato durante todo el periodo electoral, le aconsejan o le redactan los discursos. Además observan con lupa todo lo que hace el contrario, para de esta forma tener argumentos para criticarlo.

El lanzamiento de mensajes de comunicación política en una sociedad es constante; lejos de los procesos electorales los políticos dan ruedas de prensa, visitan asociaciones de vecinos o repiten en medios de comunicación las bondades de sus ideales respecto a las del contrario. Pero el presente trabajo fin de máster está encaminado al estudio de una de las principales formas de comunicación política: la campaña electoral, definida como “un proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes” (Norris, 2002: 107). Muñoz Alonso las define: “las campañas [son], antes que nada, un fenómeno de comunicación y, en concreto, de comunicación política” (1989:130). Continúa el autor calificándola también como “el momento en el que los gobernantes en ejercicio comparecen ante ese tribunal de la opinión pública, en el que la oposición hace el papel de fiscal, postulándose a la vez como un nuevo gobierno, y los ciudadanos son el jurado que emite su veredicto”.

Juan Rey hace otra definición y da un paso más; engloba en ella no sólo los 15 días previos al de las elecciones, sino que añade tiempos por delante, como la elección y constitución de las Juntas Electorales.

“La campaña electoral es uno de los requisitos que las leyes (en concreto la ley orgánica de régimen electoral general –LOREG- así como otras normas y disposiciones

complementarias) establecen en el procedimiento administrativo electoral; procedimiento que, entre otros incluye la convocatoria de elecciones, la constitución de las Juntas Electorales, la presentación y proclamación de candidaturas, la votación, el escrutinio y la proclamación de los candidatos electos” (1999: 19).

Se trata de una forma de comunicación que además viene implícita en los sistemas democráticos, ya que en ellos todas las elecciones vienen precedidas de estas campañas. “El conjunto de acciones puestas en marcha durante el proceso electoral recibe el nombre de campaña, así como el periodo de tiempo destinado por el ordenamiento jurídico a la difusión de tales mensajes” (Herreros 1984: 145). Así lo detalla M. Herreros en una definición que acota el periodo oficial. Pero es necesario tener en cuenta que antes y de forma matizada se ha iniciado la campaña oficiosa, la que se conoce como precampaña, que desde la misma disolución del Parlamento ya va introduciendo mensajes para captar votos.

La relación entre las organizaciones partidistas y los ciudadanos se supone continua, no en vano son los primeros los representantes legítimos y directos de los segundos tras el dictamen de las urnas. Pero es en la campaña electoral donde esta relación adquiere más intensidad; los partidos buscan en los ciudadanos el apoyo necesario para continuar o llegar al poder.

Crespo asegura que “una de las principales tareas que realizan las campañas electorales en un régimen democrático es la de generar legitimación para el sistema político (...) al instar a los ciudadanos a participar tanto electoralmente como en el sentido de identificación”. También reconoce otras dos tareas más: la de proporcionar información a los electores y la de persuadir al electorado para que se decante por una determinada opción política al emitir su voto¹. El mismo autor reconoce que de las tres tareas, el efecto más común de las campañas electorales es el último, la persuasión en su caso o el reforzamiento en otros de las orientaciones políticas de un elector. Valga como ejemplo los grandes mítines de campaña. El público que acude a estos actos lo hace con la intención de sentirse identificado, pero también encontramos otra tarea que cumple la

¹ El autor resalta que los partidos políticos tienen que comunicarse con la población y ofrecerle a ésta políticas diferentes al resto de formaciones para así lograr el objetivo: el voto. Con casos de homogeneización de políticas las formaciones pierden el interés concreto que los ciudadanos puedan tener en éstas frente a otras.

campaña, la de hacer sentir a los ciudadanos que son partícipes del sistema político (Crespo 2004: 16).

Un peligro que tienen las campañas: que los ciudadanos piensen que están siendo manipulados. Los electores pueden sentir que sólo interesan a los partidos cuando está próxima una cita electoral y eso es tan negativo que no sólo neutraliza el mensaje político mandado, sino que actúa en contra del emisor, en este caso, el partido. Un ejemplo:

“El estudio cualitativo desarrollado por el CIS con motivo de las elecciones de marzo de 2000 puso de manifiesto que los ciudadanos perciben las campañas electorales como algo negativo, casi como un intento “ilegítimo”, “mercantilista”, “engañoso” y “manipulador” de los partidos por hacerse con el voto de los ciudadanos (Crespo, 2004: 17).

Otra práctica que forma parte de todas las campañas electorales es la publicación de encuestas y sondeos. En cualquier momento de una legislatura pero sobre todo en los meses antes a las elecciones y en la propia campaña son multitud de fuentes las que sacan a la luz porcentajes, diputados que conseguiría una formación o lo lejos que se quedaría otra de lograr una mayoría absoluta. Medios de comunicación, instituciones demoscópicas o los propios partidos elaboran encuestas entre la población con varias intenciones: por un lado informar a esa misma población de unos resultados que se supone que van a producirse. Pero por otro lado, también se utilizan como objeto de trabajo por los partidos. En numerosas ocasiones se publican encuestas que tienen como intención movilizar a un determinado electorado y quizá dar seguridad a otro, de manera que éste último no acuda a las urnas. En éstas, la función de informar a la población pasa a un segundo plano.

El presente trabajo pretende, en función de las numerosas investigaciones realizadas sobre comunicación política y campañas electorales y estudiadas como marco teórico, dar un paso más y aportar, dentro de la teoría, hasta dónde influyó la campaña electoral (como elemento utilizado por la dirección del Partido Popular) en los resultados de unas elecciones concretas, las andaluzas de 2012.

2.2.- Campañas electorales en Andalucía

Las campañas electorales en Andalucía han estado marcadas desde la llegada de la democracia por la incertidumbre de si el PSOE lograría la mayoría absoluta o no. Nunca se ha dudado de su victoria hasta las elecciones del año 2012. Este es el contexto en el que se sitúan todas las campañas andaluzas. Tan sólo en las municipales de 1979 la UCD consiguió más votos que el PSOE.

La comunidad, la región más poblada, con más presupuesto y la segunda más extensa de todo el Estado, también es de las últimas en renta per cápita y en consumo de medios impresos. Nunca ha tenido la tensión nacionalista que sí han tenido otras comunidades con estatuto diferenciado, como Cataluña o el País Vasco. Y es que puede considerarse que Andalucía ha ido construyendo, desde la Constitución de 1978, su identidad regional así como la definición de su modelo autonómico.

En las primeras elecciones autonómicas el PSOE logró 66 de los 109 diputados. Olmo López y Pizarroso Quintero recogen lo aparecido en el diario El Mundo en 1996: “El éxito del PSOE estuvo en que supo despertar el orgullo andaluz, presentarse como el liberador de la ancestral marginación y reavivar los sueños” (2006: 49).

Son pocos los estudios realizados sobre elecciones autonómicas. La mayoría de ellos se limitan a aportar datos de recuentos electorales. Pero sí hay aportaciones novedosas, como la que hace Ofa Bezunartea, que pone en cuestión la influencia de la prensa en un proceso electoral, puesto que, analiza un territorio con una mayoría electoral nacionalista que no se corresponde con la línea editorial de la prensa que más se consume, que en general queda lejos de esa ideología. El grupo Correo, dominante en la comunidad, no tiene el carácter nacionalista que sí tiene la mayoría votante² (2000: 185).

Otra aportación en este campo de las elecciones autonómicas la hace Agustín Olmo en la tesis doctoral titulada: “Medios de comunicación y campañas de propaganda electoral: las elecciones autonómicas en Andalucía”, dirigida por Alejandro Pizarroso.

² Bezunartea reconoce que únicamente un sector minoritario elige un periódico u otro en base a la afinidad con sus ideas. A pesar de que los lectores reconocen con claridad un alto grado de politización en todas las cabeceras, la mayoría no escoge una u otra según ideario político.

Este trabajo se centra en cómo los medios de comunicación han cubierto y asimilado las elecciones andaluzas. El estudio concluye, entre otras cosas, que los medios andaluces tratan mucho más las elecciones generales que las autonómicas, y que apenas hablan de éstas cuando se acerca la campaña electoral (2006: 342).

Ambicioso pero lejano en el tiempo queda el libro de Alcántara y Martínez, *“Las elecciones autonómicas en España, 1980-1997”*. En el apartado dedicado a Andalucía elaborado por Torres Vela y Montabes Pereira se incide en la importancia de la configuración del marco estatutario. Además destaca el peso que desde un primer momento tuvo el PSOE en la comunidad, convirtiéndose en la fuerza dominante pocos años después de la aprobación del estatuto (1998: 520).

Muchos otros autores han intentado acercarse a la realidad política en las elecciones autonómicas en Andalucía, pero la mayoría de ellos quedándose en recordar los resultados y destacar, siempre, que el Partido Socialista tiene en la comunidad uno de sus fueros más fuertes en toda España. Todos ellos además concluyen en el importante peso que en los procesos electorales andaluces han tenido los medios de comunicación. Muchos estudios numéricos centrados en los resultados pero apenas existe bibliografía que justifique el porqué de éstos. La relación entre las características sociológicas de la población y su relación con el voto no ha sido objeto de investigación.

La campaña que estudia el presente trabajo se desarrolló inmersa en unas determinadas situaciones que condicionaron su desarrollo. El caso de los ERE, la llegada al poder del PP en la mayor parte de las instituciones de todo el país o la gran crisis económica en la que se encontraba España tras la salida de Zapatero y los socialistas del Gobierno influyeron en la campaña electoral. Es objeto de estudio de esta investigación el cuánto, para de esta manera justificar los resultados finales.

2.3.- El PP en el contexto electoral andaluz

Cinco presidentes ha tenido Andalucía desde que el 30 de diciembre de 1981 se aprobara en las Cortes Generales el Estatuto de Autonomía de Andalucía. Los cinco han sido del Partido Socialista Obrero Español. Rafael Escudero desde diciembre del 81 hasta mayo del 84 fue el primero de los presidentes autonómicos de la comunidad. José Rodríguez de la Borbolla lo fue desde esa fecha hasta julio de 1990. Le siguió Manuel Chaves, en el periodo más largo de todos, desde entonces hasta abril de 2009. Tras la marcha de éste al Gobierno de Zapatero fue José Antonio Griñán el que hasta septiembre de 2013 ocupó el cargo. Y desde entonces preside la Junta de Andalucía una mujer, la primera mujer, Susana Díaz.

El Partido Popular se presenta por primera vez con estas siglas en las elecciones autonómicas de 1990. Anteriormente la ideología de derecha había estado representada en Andalucía por Alianza Popular en 1982 y Coalición Popular en 1986. En 1990, el candidato a la presidencia de la Junta por el Partido Popular es Gabino Puche. En las siguientes ya lo sería Javier Arenas, que junto con Teófila Martínez serían los candidatos del PP a todas las elecciones autonómicas hasta 2012.

Cuadro: candidatos del PP-A a la Junta de Andalucía. Porcentajes, diputados y diferencias respecto al PSOE-A.

AÑO	Candidato	Porcentaje voto	Diputados	Diferencia con PSOE
1994	<i>Javier Arenas</i>	34,36%	41	4,35% por debajo
1996	<i>Javier Arenas</i>	33,96%	40	10,09% por debajo
2000	Teófila Martínez	38,52%	46	6,38% por debajo
2004	Teófila Martínez	31,79%	37	18,48% por debajo
2008	<i>Javier Arenas</i>	38,63%	47	9,56% por debajo
2012	<i>Javier Arenas</i>	40,66%	50	1,14% por encima

Los populares andaluces no han conseguido nunca llegar a la presidencia de la Junta de Andalucía. Respecto a eso y si nos referimos a las elecciones autonómicas de 2012, las podemos calificar de históricas para la formación: es la primera vez que en unos comicios autonómicos el PP supera al PSOE, e incluso llega a ganar la batalla electoral. Pero el partido sabía que no era suficiente con una mayoría simple, necesitaba la absoluta puesto que IU daría su apoyo en la investidura de José Antonio Griñán, como finalmente ocurrió.

El Partido Popular andaluz ha tenido que luchar en todas sus campañas contra el prototipo generalizado del “señorito andaluz”. Con la dificultad que supone alejarse de un prototipo asentado, el PP y sus dirigentes han intentado, en numerosas ocasiones en sus campañas alejarse de esa imagen. Y valga como ejemplo Juan Ignacio Zoido. El dirigente popular, en su campaña a las elecciones locales del Ayuntamiento de Sevilla en 2011 aparece en numerosos actos sin chaqueta ni corbata, con la intención de dar un aire menos formal. Se acerca a las obras y no duda en ponerse un casco y coger una pala. Estrategia que le copia el propio Arenas meses después en su campaña de 2012 que es objeto de esta investigación. Y es que en una población mayoritariamente rural y con un alto porcentaje de la ciudadanía dedicada al campo no resulta positivo este prototipo que se considera heredado de los antiguos dueños de grandes extensiones de tierra.

En este sentido ahonda por su parte el PSOE, que utiliza siempre este argumento en sus campañas electorales para desacreditar al PP. Frente a ese prototipo de “señoritos andaluces” se ponen los socialistas, en un intento de dar imagen de gente del campo, más humilde y de los pueblos, materializada sobre todo en ayudas económicas a esta población. La foto de Javier Arenas, enchaquetado leyendo el periódico en un hotel de lujo de Madrid mientras un limpiabotas está arrodillado limpiándole los zapatos, ha sido utilizada en numerosas ocasiones como argumento de la izquierda andaluza para demonizar al contrario. Pese a que la foto es de los años 90 continúa, también en la campaña de 2012, en la actualidad electoral. El PSOE andaluz, en uno de sus videos emitidos durante la campaña y bajo el título de “quien no te conozca que te compre” aporta varios argumentos contrarios a Arenas, uno de ellos, lo dice un hombre: “por eso fuiste el del limpiabotas”, enseñando en ese momento a cámara la conocida imagen de Arenas en el hotel. Este video fue publicado el día 1 de marzo de 2012 y de él se hacen eco numerosos medios de comunicación. El diario digital El Confidencial comienza la información dedicada al video con la frase: “otra vez el video del limpiabotas”. Es por tanto un argumento que se repite campaña tras campaña desde los años 90. Dándose la circunstancia además de que en 2012 era el mismo candidato que lo había sido en aquellos años.

2.4.- Similitudes y divergencias de campaña con otras de referencia. El caso de Sevilla.

Para entender la importancia que tuvo Sevilla en las elecciones municipales de 2011 es necesario contextualizar, relacionarla con el momento en el que ocurrió. El contexto a grandes rasgos es el de una España gobernada mayoritariamente por el Partido Socialista en un alto porcentaje de instituciones. Una situación que verá su final con el inicio de la época más grave de la crisis económica, a partir de la cual su oponente directo, el Partido Popular, comenzará a ganarle, primero en la simpatía con el electorado, luego en las encuestas y finalmente en las urnas.

En ese proceso de intercambio de poder se pueden diferenciar dos grandes momentos: las elecciones locales de mayo de 2011 y las generales de noviembre del mismo año. Después de esas dos citas electorales, el panorama político español habrá cambiado radicalmente con respecto a la situación que existía a comienzos de ese mismo año 2011.

La capital de Andalucía fue considerada por ambos partidos como ciudad clave en las elecciones locales de mayo de 2011. Hasta entonces el Partido Popular nunca había ganado por mayoría absoluta en este ayuntamiento. El gobierno hasta esos días estuvo en manos de Alfredo Sánchez Monteseirín gracias al pacto que permitió al PSOE gobernar con Izquierda Unida. En los anteriores comicios, en 2007 el PP fue la fuerza más votada, pero obtuvo una mayoría simple que no le permitió gobernar. Durante toda la legislatura, Juan Ignacio Zoido desarrolló una especie de “precampaña”, que lo llevó por todos los barrios en una presencia activa con los ciudadanos, llevando a cabo una micropolítica escuchando directamente los problemas que le contaban los vecinos de cada barrio y prometiéndoles mejoras una vez llegara a la alcaldía. Además desarrolla por primera vez en Sevilla una política activa en redes sociales.

De esta forma, el PP veía Sevilla como la gran ciudad que tenía que conseguir tras el titánico esfuerzo de los tres años anteriores, además de que sería el inicio en la andadura de la conquista de San Telmo, sede de la presidencia de la Junta de Andalucía. El PSOE por su parte estaba a punto de perder una ciudad que había gobernado durante

tres legislaturas. Además cabe resaltar la fidelidad del electorado de la provincia en su conjunto, donde en ninguna ocasión ni en elecciones autonómicas ni generales ha obtenido el PP más votos que el PSOE. El 22 de mayo de 2011 se celebran las elecciones municipales y el PP obtiene una mayoría absoluta histórica, que le permitiría gobernar Sevilla con 20 concejales. Mariano Rajoy acude a la toma de posesión de Juan Ignacio Zoido como alcalde. Allí dijo que el PP aspiraba a un cambio en Andalucía, que empezaba justo en ese momento.

El día 22 de mayo también se llevaron a cabo elecciones autonómicas en algunas comunidades y también obtiene el partido victorias significativas. En Extremadura por ejemplo llega el PP por primera vez al gobierno autonómico. Aunque no consiguió mayoría absoluta, José Antonio Monago si obtiene más votos que el PSOE. Izquierda Unida, que con tres diputados podría haber formado coalición se mantiene al margen y deja gobernar a la lista más votada. En Castilla la Mancha, la número dos del PP y Secretaria General de los populares gana las elecciones obteniendo además mayoría absoluta.

Tras la derrota general de las elecciones municipales de mayo de 2011, todas las miradas se dirigen al Gobierno de la nación. José Luis Rodríguez Zapatero era la única persona capacitada para convocar unas elecciones y desde muchos puntos de vista se estaba pidiendo el adelanto de éstas, que en condiciones normales se hubieran desarrollado en marzo de 2012 (hubieran coincidido con las elecciones autonómicas de Andalucía). El desgaste del Gobierno por la grave crisis económica o la derrota de mayo pudieron influir en la decisión de Zapatero, que en verano anuncia que las elecciones generales serían el 20 de noviembre.

Esas elecciones generales de noviembre igualmente serían un refuerzo para el PP y otro varapalo para el PSOE. Mariano Rajoy obtiene una amplia mayoría absoluta en el Congreso que le permitiría gobernar sin tener que llevar a cabo ningún pacto con fuerza política alguna. De los 350 diputados a elegir el PP obtiene 186. De las autonomías, los populares ganan en todas excepto en Asturias, País Vasco y Cataluña. De las 51 circunscripciones en las que se divide todo el territorio español, el Partido Popular gana en 38.

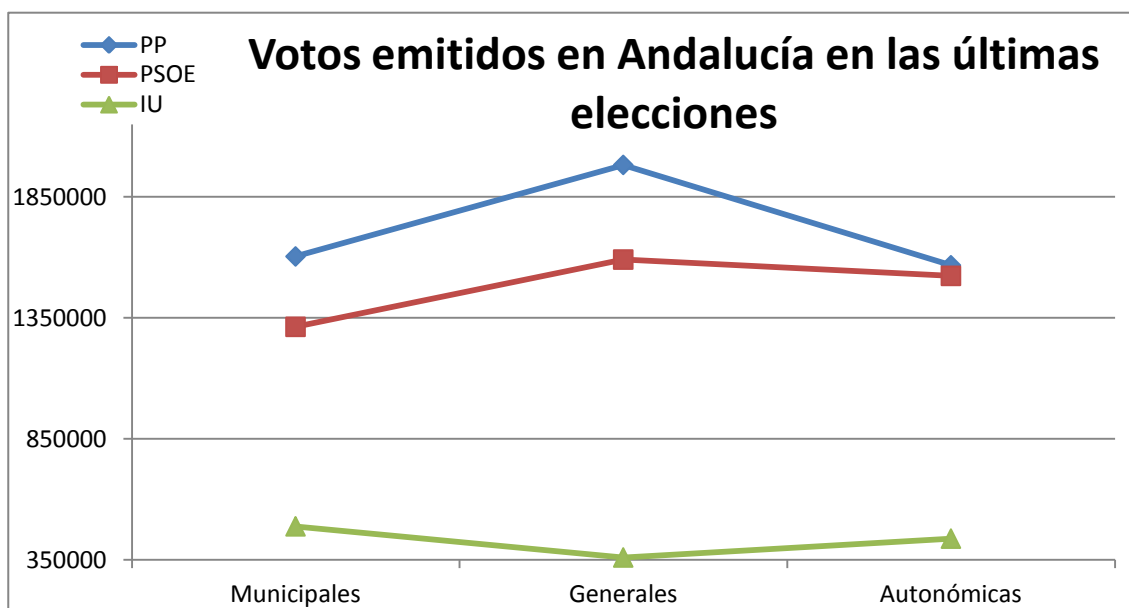
De los 60 diputados a elegir en Andalucía el PP obtiene 33, el PSOE 25 y 2 son para IU. Huelva, Cádiz, Granada, Málaga y Almería dan su apoyo al PP, Córdoba y Jaén quedan con empate de representantes y Sevilla, queda como una de las dos únicas provincias donde el PSOE gana a otros partidos. Pese a ello Sevilla capital también da la victoria a los populares, con un 44,27% de los votos frente al 36,35% que obtienen los socialistas. Sevilla continúa siendo clave para los dos partidos. Los socialistas quieren mantener su isla en el mar popular y éstos van a considerarla como el reto a conseguir, puesto que es una de las provincias con más población de Andalucía y será de vital importancia en las elecciones autonómicas.

Con estos precedentes cercanos, el Partido Popular se enfrenta a unas elecciones autonómicas en las que parece que tiene algo ganado; una marea de color azul está ocupando el poder en toda España y Andalucía es la próxima parada. Son varios los datos positivos. Y es que en las elecciones municipales de 2011 el PP gana al PSOE en Andalucía por primera vez, obteniendo un 39,36% frente al 32,22% de los socialistas (aunque no gana en número de concejales). En todas las capitales andaluzas el PP gobierna con mayoría absoluta. Sólo en las provincias de Sevilla y Jaén gana el PSOE en número de votos. Además de esto, el PSOE andaluz se encuentra en una complicada situación tras el destape de uno de los mayores casos de corrupción de la historia, los ERE fraudulentos. Pero frente a esto, está una comunidad donde en las últimas dos citas electorales el PSOE había ganado por mayoría absoluta. Las otras seis elecciones también las había ganado. En 2004 los socialistas obtuvieron 61 escaños frente a los 37 de los populares, y en 2008, aunque se acortaron distancias, el partido de Chaves continuó con la mayoría absoluta con 56 diputados, Arenas obtuvo 47. El objetivo era darle la vuelta a los resultados, ya que ambos sabían que IU no apoyaría al PP, sino que lo haría al PSOE.

Con esta trayectoria el Partido Popular y Javier Arenas concurren a unas elecciones donde por una parte los datos históricos son negativos para la formación, pero observando las últimas elecciones de apenas unos meses atrás parecía vislumbrarse un cambio de tendencia electoral. Eso, y el apoyo de las encuestas causan la sensación general de que el PP podría hacerse con la presidencia de la Junta de Andalucía por primera vez en la historia.

El resultado, pese a ser una victoria, no es el objetivo que se había marcado el Partido Popular. Ni tampoco es lo que habían apuntado la mayoría de las encuestas. El PP apenas saca un punto porcentual de ventaja respecto al PSOE, de hecho pierde votos respecto a los dos anteriores comicios, tanto a las locales como a las generales. El objetivo, marcado en los 55 diputados, cifra necesaria para conseguir la mayoría absoluta en el Parlamento, queda lejos de conseguirse por lo que Arenas quedaría en la oposición pese a ser el ganador de las elecciones.

En la siguiente gráfica puede comprobarse la evolución del voto en las tres elecciones celebradas en menos de un año: locales (mayo de 2011), generales (noviembre de 2011) y autonómicas (marzo de 2012). Es visible el ascenso del PP entre la primera y la segunda, y como en la tercera baja hasta niveles inferiores de la primera. Pese a que en las tres la formación obtiene más votos que el PSOE, en las autonómicas quedan muy cerca. Con el apoyo que la formación de Arenas tuvo tanto en las municipales como en las generales, hubiera podido gobernar con mayoría absoluta.



Los discursos

“El cambio andaluz” es el lema de campaña de Javier Arenas y su equipo. La clave es la palabra y el concepto “cambio”. Ya lo hicieron los alcaldes en mayo de 2011 y Mariano Rajoy en noviembre del mismo año cuando cambiaron, unos el signo de los

ayuntamientos y el otro el del Gobierno de la Nación. Y son tres los niveles de administraciones en España: Gobierno Central, autonómico y local. Cuando Arenas da el pistoletazo de salida a su campaña electoral el cambio se ha producido en dos de ellos, en el central y en el local. Es su turno y tiene que llevar a cabo el cambio regional, el cambio andaluz.

Los populares están asentados en un discurso que toma como diana de críticas la gestión del gobierno de Zapatero y la grave crisis económica que ésta había producido. Fuera de consideraciones de si era Zapatero la causa o no de la complicada situación del momento el PP, se propone como alternativa para “arreglar” lo que el PSOE había provocado. Eso es una estrategia que no comienza en Andalucía. La campaña electoral previa a la gran victoria popular de sólo unos meses antes de las andaluzas, las elecciones generales de noviembre de 2011, había estado llena de la palabra cambio. El concepto de la necesaria alternativa para mejorar, que conllevaba el final del gobierno de los socialistas y la llegada al poder, de nuevo del Partido Popular. En mítines, en cartelera, en folletos de propaganda o en los mensajes que una y otra vez lanzaban los miembros del partido se repetía en numerosas ocasiones la palabra cambio.

El Partido Popular se ofrecía como única alternativa para sacar a España de la crisis en la que la había dejado el gobierno de Zapatero. Pero hay otro precedente. En Andalucía, en la capital, Juan Ignacio Zoido había ganado apenas unos meses antes las elecciones municipales con una mayoría absoluta histórica en el ayuntamiento hispalense. La palabra clave de su campaña también fue “el cambio”. Y no sólo durante la campaña. Zoido desarrolló en cuatro años una labor de oposición desde la ciudadanía, desde los barrios y en constante enfrentamiento con el gobierno municipal (presidido por Alfredo Sánchez Monteseirín, del PSOE, que gobernaba con el apoyo de IU). Durante todos esos años así como en la propia campaña electoral ya días antes de los comicios de mayo de 2011, Zoido ponía todos sus esfuerzos en asegurar que el cambio era necesario, que él era el cambio y que éste cambio iba a producirse con el apoyo de todos.

Es posible por tanto apreciar una repetición de discurso. Bien es cierto que la palabra “cambio” está presente en numerosas campañas electorales. Pero en las tres campañas que se han nombrado encontramos varios elementos en común: las tres lanzan

mensajes de cambio respecto a un gobierno socialista. También las tres se dan en situaciones de crisis económica y social. Igualmente cuentan en los momentos de campaña con una población cansada y descontenta con los respectivos gobiernos. La diferencia; que dos de ellas triunfan con mayorías absolutas históricas y la tercera en orden, la andaluza, fracasa en su objetivo.

Parte III. Análisis aplicado

3.1.- Metodología: análisis de contenido

Una de las metodologías a seguir en el estudio de la campaña electoral del Partido Popular andaluz en 2012 es el análisis de contenido. Van a compararse las noticias principales de la sección dedicada a las elecciones en dos diarios de referencia en la ciudad de Sevilla; ABC y Diario de Sevilla. La muestra, estudiará dos semanas, y ocupará desde el lunes 12 de marzo (un día antes del debate electoral de Canal Sur) hasta el día 26, día después de las elecciones y cuando ya se conocen los resultados definitivos.

La ficha utilizada para analizar estas noticias contará con indicadores cuantitativos que permitan sacar conclusiones: el número de veces que aparece el tema de los ERE o las referencias a las encuestas que se hacen. También indicará a qué candidato o a qué partido está dedicada la noticia o el análisis en cuestión, o si por el contrario hace un resumen del día de campaña. Por otra parte analizará el lenguaje, si hay marcas discursivas comunes con campañas próximas en el PP.

El planteamiento científico seguido para esta investigación se basa en un método por el que, realizando interpretaciones, permite sacar conclusiones a partir de los datos obtenidos durante la fase del trabajo de campo. En el objetivo de explicar cómo fue y qué errores cometió la campaña se analizarán los mensajes recogidos en estos diarios. Estos mensajes quedan entre el discurso político de un partido o candidato concreto y la interpretación que el propio medio le dé. A partir de la interpretación de esos datos se sacarán conclusiones teniendo en cuenta cual fue el resultado final de la campaña. Sería de interés, en el caso de que se quisiera continuar en esta línea de investigación, estudiar no sólo esta muestra, sino agrandarla cuantitativa y cualitativamente, tanto en las fechas que se estudian como en el número de diarios que han sido objeto de la investigación.

Se adjunta la ficha de análisis con la que se ha analizado la información en la prensa.

Ficha Análisis de Contenido

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla. Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012.

Ficha:

Fecha:

Página:

Periódico:

Título:

Antetítulo:

Subtítulo:

Firma:

Género:

Tema*:

Causas:

Consecuencias:

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional:

Referencias al PP como ganador de las elecciones:

Referencias a las encuestas:

Fuentes:

-Principales:

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional:

-No Institucional:

-Documental:

-Experta:

Lenguaje:

-T tecnicismos:

-Extranjerismos:

-Siglas y acrónimos:

Fotografías:

Infografías:

Tema ERES:

-Nº de veces: -

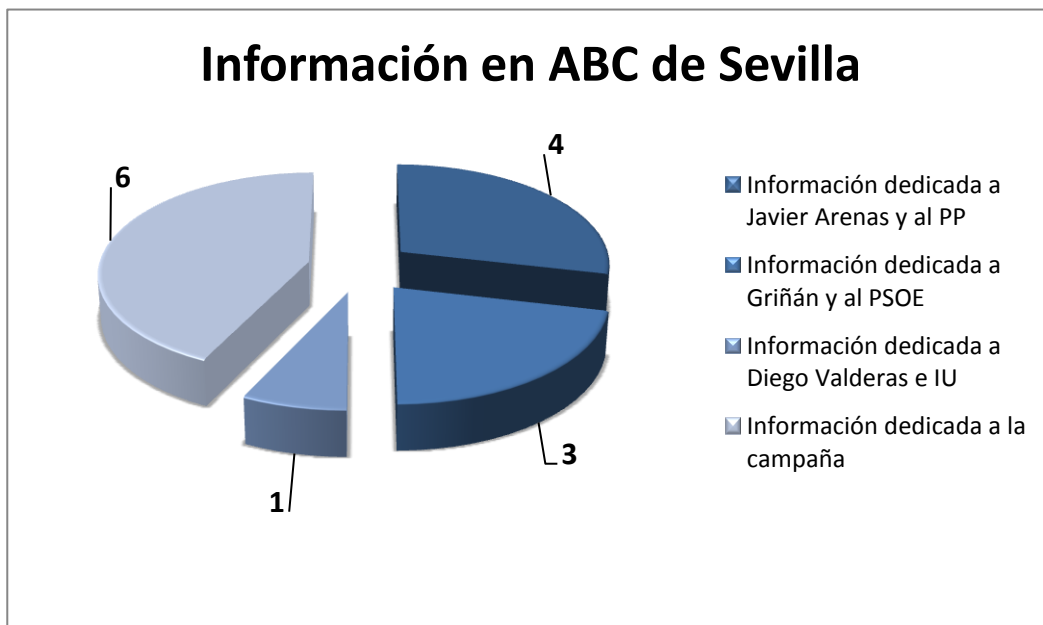
Conclusiones del análisis:

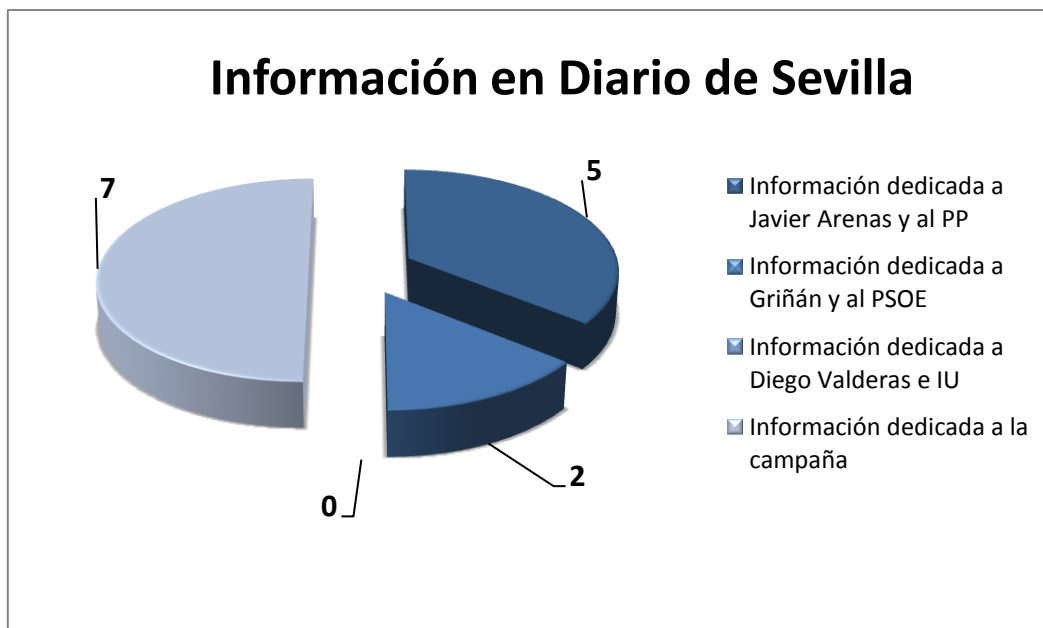
*** Empleo, cambio, corrupción, ERES, debate**

Protagonistas de la información

En primer lugar y para hacer una aproximación del peso concreto que cada partido y cada candidato tiene en cada periódico, se clasifican los textos según sea su objeto de descripción. Son cuatro las posibilidades que se contemplan: informaciones dedicadas a cada uno de los tres candidatos o sus partidos correspondientes, o centradas en la jornada de campaña, tratando de manera más ligera cada una de las formaciones políticas que se presentan a las elecciones y que ya tienen representación (ninguno de los textos analizados hacen referencia a partidos como UPyD o el PA, que si bien presentan candidaturas, hasta ese momento no forman parte del arco parlamentario, circunstancia que continúa dándose después de las elecciones del 25 de marzo).

El reparto no arroja ninguna conclusión de peso, no es posible decir, en términos cuantitativos, que un diario dedique más espacio a un partido o candidato que a otro:

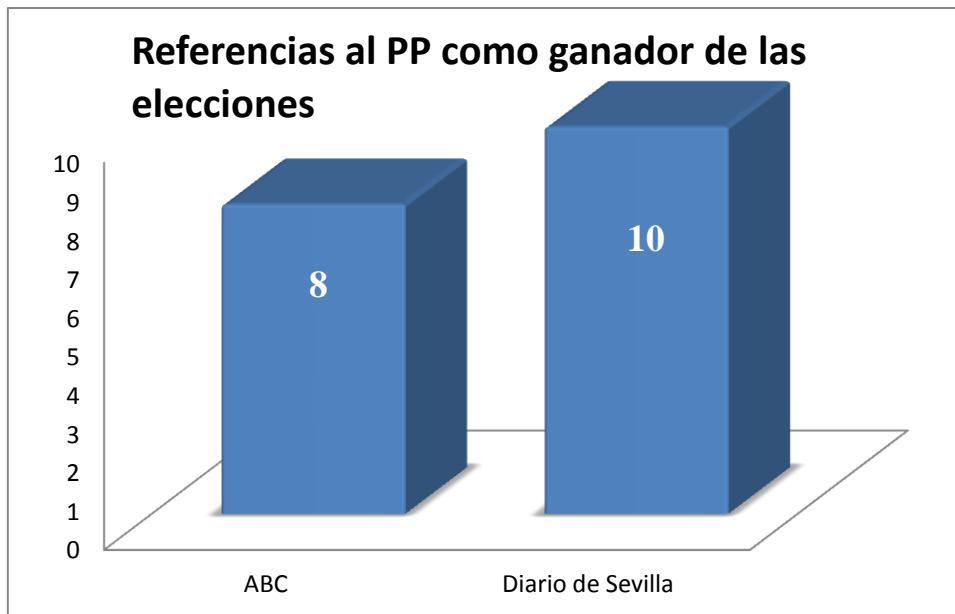




El PP como ganador de las elecciones

Ambos diarios más de la mitad de los días consideran al PP como más que posible ganador de las elecciones. La unanimidad de las encuestas en la consideración de Arenas como el candidato más cercano a la presidencia de la Junta de Andalucía hace que los periódicos así lo recojan. Este dato tiene importancia si valoramos la reacción que puede tener la población. Esto es, en un contexto de duda, los simpatizantes de ambos partidos se movilizan, pero con la sensación de seguridad que transmiten encuestas, medios de comunicación y en ocasiones los propios políticos y candidatos hacen que muchos posibles votantes del PP se queden en casa y no acudan a votar.

A tener en cuenta también como uno de los días, el periodista de Diario de Sevilla asegura que fuentes del Partido Socialista reconocieron que habían utilizado unas encuestas falseadas para intentar animar a sus afiliados y colaboradores. Esto termina de crear una imagen en el lector de total derrota asumida en el PSOE y de una victoria virtual de los populares varios días antes de las elecciones.



Información de Griñán: “la campaña del miedo”

En ninguna de las páginas analizadas de ninguno de los dos diarios aparece una sola propuesta de José Antonio Griñán. Fue el propio Arenas el que le dio nombre a la campaña que el Partido Socialista y su presidente hicieron en Andalucía; “campaña del miedo”. Y es que el dirigente andaluz basó todos sus discursos en las críticas al Gobierno de Mariano Rajoy y a las reformas que había emprendido nada más llegar a la Moncloa apenas unos meses antes. La reforma laboral ya puesta en marcha por entonces constituyó uno de los principales pilares del discurso de Griñán.

Son numerosas las referencias que por parte del candidato popular se hace de la palabra “miedo”. Denomina a los socialistas como “los mercaderes del miedo” o en otra ocasión en un discurso decía que iba a ponerse un pegatina de “miedo no, gracias”. El miedo como elemento en una campaña electoral no es un recurso nuevo. Ya Goebbels lo utiliza en la Alemania nazi. También allí se demoniza al contrario, se le intenta dar imagen de monstruo que acabará con todo, y eso es lo que intenta hacer Griñán con Arenas.

El socialista pretende hacer creer que si Arenas llega a la presidencia de la Junta de Andalucía comenzará un desmantelamiento progresivo del Estado del Bienestar, que ya ha comenzado en Madrid con el recorte de los derechos de los trabajadores en la

reforma laboral y que continuará con la sanidad, uno de los fundamentos del Estado del Bienestar. Es este uno de los temas más utilizados por el temor que produce en la sociedad.

Por otra parte es destacable el análisis que los medios hacen sobre el apoyo que tiene el candidato socialista andaluz del resto de altos cargos del partido. ABC de Sevilla, el día 20 de marzo titula: “Un hombre solo”, con una gran foto de un Griñán sólo, cansado, y en un acto en el que parece que hay poca asistencia. Otra muestra, esta vez en Diario de Sevilla, donde el periodista que firma el análisis de apertura de sección el día 22 tacha la campaña como “extraña”, en cuanto a que el candidato no cuenta con los más altos dirigentes del partido, y que incluso se da la circunstancia de que ambos acuden a actos electorales pero por separado y en distintos puntos de Andalucía.

Se puede concluir por tanto, que la campaña de Griñán es negativa en cuanto a que se basa en “lo malo” que puede traer su oponente y no en las ventajas que puede traer la continuidad de su gobierno. No hablan de sus políticas, ni de sus propuestas, lo hacen para criticar las medidas de Rajoy y poner en alerta a la población andaluza de los recortes que puede traer un Gobierno Andaluz con mayoría absoluta del PP.

Igualmente se puede concluir que los dirigentes del Partido Socialista no apoyan al candidato como sí lo hacen en otros comicios autonómicos. Quizá por discrepancias internas (José Antonio Griñán, su número dos Susana Díaz y la mayor parte del PSOE andaluz apoyó públicamente a Carmen Chacón como candidata a secretaria general del Partido Socialista en el Congreso de Sevilla apenas unos meses antes, donde finalmente ganó Rubalcaba). O quizá porque se intuía una derrota más que previsible, Griñán no se ve arropado en su campaña por los máximos dirigentes del partido a nivel nacional, como Alfredo Pérez Rubalcaba en su papel de secretario general o Elena Valenciano en el de vicesecretaria general.

Las fuentes: los partidos

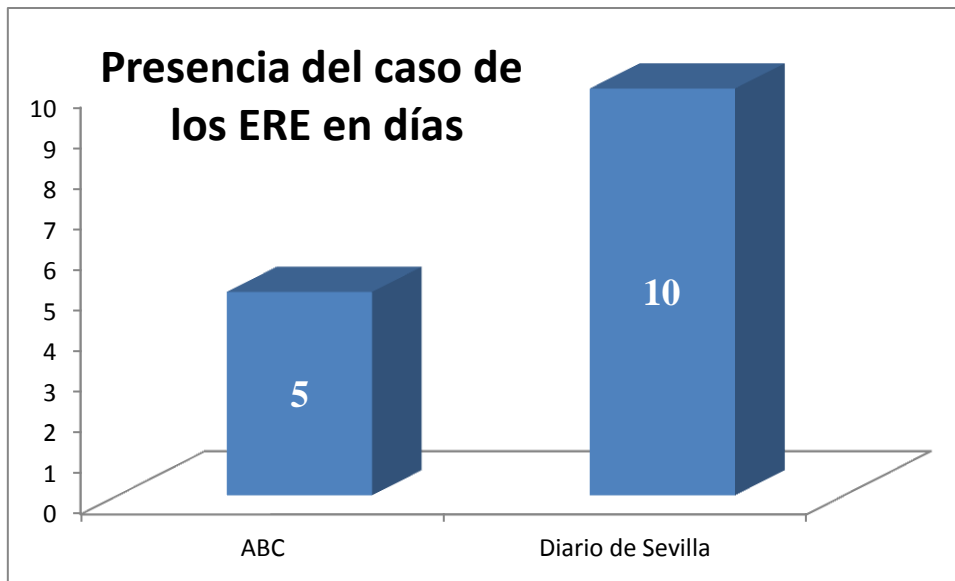
Otro criterio que goza de casi unanimidad en todos los análisis de prensa es la tipología de fuentes. La gran mayoría de la información publicada, prácticamente el 100% tiene

como únicas fuentes a los dos grandes partidos. En informaciones de Izquierda Unida también cuenta con el partido, y en varias ocasiones aparecen la voz de los sindicatos o de empresas que han realizado encuestas. Ninguna presencia de testimonios ciudadanos ni de fuentes expertas. Se puede concluir por tanto, la dependencia de los medios de la información institucional política, generada o bien por los gabinetes de prensa de los partidos o bien por los propios candidatos en sus mítines e intervenciones.

El redactor en Diario de Sevilla es, excepto en dos días, la misma persona. ABC tiene hasta siete redactores distintos.

La corrupción en la campaña; el caso de los ERE

Otro punto que merece interés es el tratamiento que ambos diarios hacen del caso de los ERE, una gigantesca trama de corrupción que afecta a numerosos cargos del Partido Socialista andaluz. El PP desde un principio había sido abanderado de la publicación de nuevos datos sobre el caso de corrupción. Fue utilizado como argumento para intentar derribar al Gobierno de Griñán, y siempre fue intención del PP señalar como principal culpable del fraude a José Antonio Griñán. A finales de 2011 pocos eran los días en los que el PP no denunciaba nuevos datos, ya fuera a nivel autonómico o provincial en Sevilla. Se repetía en numerosas ocasiones la cifra de los 1.000 millones de euros, que según el PP era la cantidad que a lo largo de los años que duró la trama pudo ser defraudada. Esto podía provocar efectos contrarios: por un lado podía concienciar a la población del escandaloso fraude de dinero público pero por otro lado, la repetición día tras día podía suscitar cansancio y falta de interés. Por una u otra razón el Partido Popular y Javier Arenas deciden rebajar la intensidad, y durante la campaña electoral el caso es nombrado menos de lo esperado. No quiere decir con ello que no se hablara de los ERE, pero teniendo en cuenta la intensidad con que se había hablado por parte del partido del tema antes de la campaña, se esperaba que durante ésta el tono subiera, y fueran los millones estafados, los cargos políticos implicados y la enorme estafa del dinero de los parados algunos de los principales temas. El PP baja el tono, y por consiguiente los periódicos así lo reflejan:



Tan sólo en 5 de los 14 días analizados el diario ABC de Sevilla habla de los ERE en su noticia principal electoral. Diario de Sevilla lo hace el doble, hasta 10 veces.

Dato reseñable es que durante la campaña electoral, en pleno auge de estrategias para ganar al contrario, la juez Alaya, instructora del caso, manda a prisión a Francisco Javier Guerrero, exdirector general de trabajo y seguridad social de la Junta de Andalucía. Guerrero fue mandado a prisión el día 10 de marzo, sábado y primer día de la campaña electoral. Aunque en ese momento no ostentaba ningún cargo en la Administración andaluza, sí lo tuvo hasta 2008, un cargo que además dependía de la Consejería de Empleo.

En los análisis que tratan el debate electoral, al que Arenas no fue, también están los ERE, aunque es fácil pensar que si el candidato popular hubiera asistido, la intensidad del mismo hubiese sido mayor en este asunto. Fue Valderas el que preguntó a Griñán por el caso, además de recriminarle que no aceptara crear una comisión parlamentaria sobre el asunto.

Conclusiones generales

-La información dedicada a Javier Arenas y al PP va, en la mayoría de los casos, acompañada de datos de encuestas o que hacen referencia a la más que probable situación de victoria por mayoría absoluta del partido.

-Griñán basa su discurso en las medidas puestas en marcha por el Gobierno de Mariano Rajoy, anunciando que la ola de recortes llegaría a Andalucía para acabar con el Estado del Bienestar si Arenas consigue la mayoría absoluta.

-Ambos medios y en varias ocasiones tachan ambas campañas de baja intensidad. Del PSOE destacan el poco apoyo que Rubalcaba tiene de la dirección nacional del partido.

-El PP-A hace uso de varias consignas ya utilizadas por Rajoy antes de ganar las elecciones generales: el gobierno del cambio, centrado en empleo y para acabar con la crisis. El propio Rajoy repite ese discurso en los actos de campaña que celebra en Andalucía.

3.2.- Metodología: entrevistas

Otra de las metodologías que se han utilizado para acercarse a la realidad de la campaña electoral ha sido la de la entrevista. Se han realizado encuentros directos con periodistas que formaron parte de la caravana electoral del PP para conocer de primera mano su visión de todo el proceso electoral andaluz de 2012. Numerosos medios de comunicación destinan a un redactor para que acompañe a un candidato durante toda la campaña. Este redactor por ello tiene contacto directo con el candidato así como con todo su equipo, teniendo la posibilidad de compartir con ellos actos privados además de los públicos. Se han entrevistado a cuatro profesionales de medios, de aproximadamente unos doce que conformaban la caravana popular de campaña. Se trata de una pequeña muestra, ampliable si se quisiera continuar con esta línea de investigación en una futura tesis doctoral. Las entrevistas fueron realizadas personalmente a:

- Inmaculada Jiménez, redactora de cadena COPE Andalucía.
- Laura Montes, redactora (durante la campaña) de ABC Punto Radio.
- Isabel Pedrote, redactora (durante la campaña) de El País.
- Diego Taverro, redactor de la agencia EFE.

Las preguntas que formaban parte de la entrevista modelo que se utilizó con los cuatro profesionales pretendían responder a las líneas de investigación del trabajo, así como a los objetivos propuestos, tales como determinar si el Partido Popular se relajó en su campaña, si afectaron las medidas puestas en marcha por el Gobierno de Rajoy o si influyó positiva o negativamente la no asistencia de Javier Arenas al debate electoral en Canal Sur. Igualmente, y a criterio del investigador se destacan en todas las entrevistas la información que pueda ser de mayor relevancia para la investigación.

El objetivo de esta parte práctica del trabajo consistía en, a través de un método científico de recogida de información, abrir un nuevo campo basado en las concepciones personales de aquellos que estuvieron cerca del candidato los días de campaña. Esto es, además de tener información contrastable, tener acceso a anécdotas, curiosidades o información no publicada que permitan un nuevo punto de vista sobre el trabajo del equipo del PP durante esos días.

A continuación el modelo de entrevista que se utilizó en los encuentros con los periodistas:

1.- La mayoría de las encuestas daban a Javier Arenas la mayoría absoluta, ¿Qué causas pueden explicar los resultados obtenidos?

2.- La campaña electoral, ¿estaba dirigida a toda la población o sólo a los votantes del PP?

3.- ¿Cree que influyó positiva o negativamente las primeras medidas establecidas por el gobierno de Rajoy?

4.- ¿Se confió el Partido Popular?

5.- ¿Cree que existía una estrategia de campaña en el Partido Popular hecha para Andalucía? ¿Cómo la valora?

6.- ¿Cree que la “derrota” del PP fue por la buena campaña de PSOE e IU o por fallos en la suya propia?

7.- ¿Cree que afectó el hecho de que Arenas declinara la invitación al debate de Canal Sur? ¿Por qué cree que no quiso asistir al debate?

8.- ¿Cuál considera que fue el principal fallo del PP-A en las elecciones andaluzas?

Destacable:

Campaña plana

Tres de los cuatro periodistas entrevistados en esta parte de la investigación tenían experiencia en otras campañas electorales con Javier Arenas. Es decir, conocían personalmente al candidato y habían vivido otros procesos electorales en condiciones muy distintas. La unanimidad de las encuestas y el optimismo del PP hacia una más que probable llegada a la presidencia de la Junta de Andalucía hacían a esta campaña muy peculiar. Y es que, comparando otras campañas electorales de Arenas con la de 2012 los periodistas reconocen que ésta última fue mucho menos intensa que las otras, no en el carácter cuantitativo pero sí en el cualitativo. Esto es, aunque se recorrieron varias veces Andalucía en multitud de actos, sí es cierto que el discurso fue mucho menos incisivo. Isabel Pedrote hace aquí una apreciación. Para ella la campaña estuvo demasiado centrada en los ERE y en la corrupción, y aunque la considera como mala y de baja intensidad, sí reconoce que se repitió hasta la saciedad el mensaje contra el caso de la corrupción. Asegura que ese discurso catastrofista y negativo no lleva a la gente a las urnas.

Inmaculada Jiménez es tajante: fue una mala campaña, plana y asentada en la confianza. Y es que reconoce que Arenas no quiso movilizar al electorado socialista que si todo seguía como hasta entonces, se quedaría en su casa. En la misma línea está Diego Taverro, que habla de una inercia que llevaba a los populares a la victoria sin apenas esforzarse, y que su campaña fue de perfil bajo porque, en efecto, querían que los días pasaran rápido, no tener fallos y con ello, llegar conseguir la mayoría absoluta. Esto es, se aprecia una devaluación de la campaña; hay que hacer poco, lo justo y mínimo porque es periodo electoral, pero cuanto menos se actúa, menos probabilidad hay de equivocarse y con ello perder votos.

Es considerado esto por los cuatro periodistas como uno de los principales errores que cometió el Partido Popular en la campaña electoral. Pedrote asegura que Arenas realizó una campaña poco de derechas, puesto que una campaña así no iba a serle favorable en Andalucía. En este punto la periodista señala que Arenas tiene asignado un prototipo de “señorito andaluz” del que no puede desprenderse, poniendo como ejemplo la foto en el hotel Palace de Madrid en la que un limpiabotas limpia los

zapatos de un Arenas rejuvenecido. Inmaculada Jiménez lo corrobora: “llevaron a cabo una campaña plana, sin estridencias e intentando no despertar al contrario, es decir, no movilizar a los votantes del PSOE que por una u otra razón habían decidido no votarlo. Y da un paso más cuando asegura que a mitad de campaña en el equipo de Arenas se produce una división: algunos de sus asesores alertaron de que quizá estaban llevando a cabo una campaña muy plana que podría tener consecuencias nefastas. Pero Arenas dio un paso al frente a favor de esa forma de actuar: estaba seguro de que hacía lo correcto.

El exceso de confianza

Es considerado por los periodistas analizados como la principal causa en la derrota de Arenas. Entiéndase derrota como la no consecución del objetivo propuesto por el titular, de alcanzar la mayoría suficiente para poder gobernar, esto es, una mayoría absoluta del PP inédita hasta entonces en la comunidad andaluza. Todos los periodistas señalan que con todas las encuestas de su parte, el partido se confió demasiado y pensó que la partida estaba ganada. Es cierto la unanimidad de todas en otorgarle más de 55 diputados, pero también todos los entrevistados aseguran que las encuestas no son la verdad absoluta, y que no es bueno otorgarle tanta credibilidad. Diego Taverro por ejemplo asegura que quizá haya que cambiar la demoscopia, porque la gente miente. Hay muchas personas que dicen que votaran a un partido y luego no lo hacen porque se quedan en casa, o incluso van a ejercer el derecho al voto pero apoyan al partido contrario.

Isabel Pedrote en este sentido hace la siguiente afirmación: “en el PP estaban repartiéndose los cargos en la Junta, y en San Telmo estaban haciendo las maletas para irse, y quien diga lo contrario miente como un bellaco porque todos los vimos”. Estas palabras hacen ver de forma clara hasta qué punto estaba el PP concienciado de que ganaría en las urnas.

También están de acuerdo los periodistas al afirmar que Arenas no quería dar sensación de que lo tenía todo ganado. Se empeñaba en decir públicamente que había que seguir trabajando y que no podían considerar al PSOE como un enemigo derrotado antes de la cita electoral.

Es necesario, al hablar de exceso de confianza, no centrarse todo en la dirección del partido. Esto es, es probable que la unanimidad de las encuestas en la predicción de la mayoría absoluta de Arenas dejara a mucho votante del PP en casa por la confianza en la victoria más que asegurada. Isabel Pedrote apunta este dato como importante: analizando los votos en la Costa del Sol, zona tradicionalmente popular puede observarse como el PP no obtiene todo el apoyo previsto, y cabe plantearse si fue el exceso de confianza el que hizo que muchos ciudadanos no acudieran a las urnas porque intuían que su partido ganaría y no necesitaba de su voto.

Rajoy y sus medidas: el problema de Arenas

Otro de los puntos que pone de acuerdo a todos los periodistas de los diferentes medios entrevistados es la consideración de las medidas de Rajoy como negativas para la campaña de Javier Arenas. Mariano Rajoy llega al poder en noviembre de 2011. Se hace cargo de una España al borde del rescate, con una tasa de paro altísima, con una prima de riesgo en unas cifras inasumibles y con unas presiones por parte de la Unión Europea que le obligan, sin más remedio, a tomar medidas que van a ser impopulares. Entre estas medidas se va a encontrar la Reforma Laboral. Ante ésta, por ejemplo, los sindicatos se movilizan y convocan una huelga general apenas unos días después de la fecha prevista para las elecciones, el 29 de marzo. Las centrales sindicales movilizan durante semanas antes a los trabajadores contra el Gobierno de Rajoy, afectando con ello a la campaña electoral andaluza, y al descontento de una parte importante de la población con una medida de un gobierno popular, con el consiguiente desgaste que ello supone para la facción andaluza del partido y para su candidato Javier Arenas.

Los periodistas reconocen la nefasta influencia que las medidas del Gobierno de España tuvieron en la campaña electoral de Arenas. Diego Taverro reconoce ésta como la principal causa del fracaso de Javier Arenas. Inmaculada Jiménez por su parte es menos tajante y asegura que no fue determinante, aunque sin duda afectó. Jiménez, de acuerdo con Isabel Pedrote añade que Arenas presionó a Rajoy para que éste atrasara lo máximo posible la toma de decisiones, al menos, hasta que los comicios andaluces se hubieran desarrollado. Taverro también lo reconoce: Arenas era un hombre de influencia

en el partido e intentó, con más o menos éxito su objetivo de atrasar las reformas. No lo consigue con la Reforma Laboral pero sí lo hace con los Presupuestos Generales del Estado, que se presentan cinco días después de las elecciones andaluzas. Isabel Pedrote asegura que “la realidad malísima del Gobierno Central se comió la campaña de Arenas”. Laura Montes afirma: “Rajoy fue lo peor de la campaña del PP”.

Las primeras medidas del Gobierno Central, como la Reforma Laboral, más recortes a funcionarios o el comienzo de un sondeo para conocer la opinión de los consejeros de salud sobre el copago de medicamentos, como asegura Laura Montes, fueron calificados por oposición y sindicatos como retrocesos en el Estado del Bienestar. Eso se convirtió por tanto en un arma con la que Griñán y Valderas atacarían sin descanso al candidato popular.

También merece atención el hecho de que José Antonio Griñán no quisiera celebrar las elecciones autonómicas junto a las generales en noviembre de 2011. Esta decisión le supone, según los periodistas, ciertas desavenencias en el seno federal del partido, puesto que pretendían que coincidieran ambos comicios para así movilizar más a la población en general y al electorado socialista en particular. Tradicionalmente, en los últimos 20 años siempre han coincidido ambas citas electorales, de hecho las últimas elecciones tienen lugar el 9 de marzo de 2008, donde ganan Zapatero la presidencia del Gobierno y Chaves la de la Junta de Andalucía (cargo que ocuparía posteriormente Griñán tras su dimisión). Teóricamente por tanto, estos comicios debían de repetirse cuatro años después, en marzo de 2012. Pero Zapatero en el verano de 2011 decide adelantar la fecha de las generales, que finalmente se celebrarían el 20 de noviembre. Y el presidente andaluz, único capacitado para convocar las elecciones autonómicas en la comunidad, decide no adelantarlas y dejarlas para marzo, en lo que ha sido considerado por muchos periodistas como una maniobra política astuta. Diego Tavera lo reconoce: Griñán sabía que eso le beneficiaría personalmente: “en noviembre Arenas habría arrasado, pero sabía que las medidas que adoptaría Mariano Rajoy en los primeros meses afectarían a la orientación del voto popular, por lo que decide dejarlas en marzo y de esta forma beneficiarse, pese a lo que opinaba la dirección nacional del partido”.

El error del debate

Unanimidad también en todos los profesionales consultados sobre la decisión de Javier Arenas de no acudir al debate de Canal Sur: todos lo consideran como un fallo. Pese a que el candidato y su partido se empeñaron en dar numerosas explicaciones sobre el porqué de la no asistencia, todos los periodistas aseguran que fue muy mala la imagen que Arenas dio esa noche y que sin duda alguna debía haber ido. Laura Montes por ejemplo asegura que Arenas no fue porque no tenía nada que ganar, puesto que tenía las encuestas de su parte y podría haberle resultado más negativo que positivo. Inmaculada Jiménez e Isabel Pedrote aseguran que hubo división de opinión en el equipo popular: unos pensaban que debía ir y otros aconsejaban lo contrario. La periodista de El País da un paso más y reconoce que Arenas no quería ir, y que encontró apoyo en los “pelotas” del partido, que lo animaban a que no asistiera mientras que los profesionales de la comunicación insistían en que debía ir. Jiménez reconoce una frase del propio Arenas: “Tengo mucho que perder y poco que ganar”, que resulta vital para el conocimiento real del motivo por el que Arenas no acudió al debate, lejos del argumento que expuso para justificar la no asistencia. Diego Taverro añade que “pesa más un sillón vacío en un debate que la explicación, además de la consideración por parte de los otros candidatos de que la falta de Arenas era una falta de respeto a todos los andaluces, una acusación de la que Arenas no podía defenderse”.

Varios

-Todos los periodistas de la caravana electoral habían realizado una apuesta dos días antes de las elecciones, el viernes 23 de marzo. Todos habían optado por apostar por la victoria de Arenas con mayoría absoluta. Tan sólo un operador de cámara de Canal Sur contemplaba la posibilidad de que no consiguiera los 55 diputados y se diera la situación de pacto entre las otras dos fuerzas políticas. Tan sólo él acertó.

-Antonio Sanz, número dos del PP andaluz, llegó a decir que el cambio había llegado cuando salieron los primeros resultados que recogían los votos en las ciudades. Poco después tuvo que dar marcha atrás. Este hecho no hace más que demostrar la confianza puesta en los resultados.

-No es el objeto de estudio de este trabajo la consideración que la población tiene del caso de los ERE, pero es destacable la opinión que un taxista le dice a la periodista Isabel Pedrote durante un traslado. Iba acompañada por un periodista de su emisora de Madrid. El taxista les da conversación y les pregunta por la campaña. El madrileño le pregunta que no entiende cómo en Andalucía no está la población indignada con el enorme caso de corrupción. El taxista le contesta que está más cabreado con Rajoy porque sus medidas sí afectan a su bolsillo. El fraude de los ERE es un con un dinero que él no ve, por lo que no le duele. Asegura que son mucho peores los recortes de Rajoy que el despilfarro y robo de dinero público andaluz. Comentario que, en forma de anécdota nos ayuda a comprender el peso que tuvieron tanto los recortes de Rajoy como el caso de los ERE en las elecciones andaluzas.

Conclusiones generales

-El principal error cometido por los populares es, según los periodistas, el exceso de confianza. La campaña electoral estuvo determinada por los resultados virtuales que apuntaban las encuestas. Y esto le resulto perjudicial.

-La campaña electoral de Arenas se caracteriza por su baja intensidad. La confianza apoyada en las encuestas determina una campaña enfocada a no alterar demasiado los ánimos para que el votante socialista no se movilice.

-Las medidas que el Gobierno de Rajoy tomó desde su llegada al poder en noviembre de 2011 afectaron negativamente a Arenas. Éste, usando su influencia en el partido, intentó retrasarlas sin éxito. Suponían recortes al Estado del Bienestar y sus oponentes políticos supieron aprovecharse de la situación.

-Arenas cometió un error al no acudir al debate electoral en Canal Sur. No lo hizo porque pensaba que podía “perder más que ganar”, una decisión que contó con el apoyo de algunos miembros de su partido.

3.3.- Metodología: encuestas

La tercera de las metodologías utilizadas para alcanzar una aproximación al hecho que estudia esta investigación ha sido la encuesta. Si bien es cierto que no es muy diferente a la de la entrevista, se ha utilizado un público diferente. Las entrevistas estaban centradas en periodistas que habían vivido de primera mano la campaña electoral. Las encuestas en cambio centran su atención en ciudadanos anónimos, que más cerca o más lejos de la política opinan de ella, sobre la campaña, sobre el candidato Javier Arenas y sobre diversos factores que pudieron influir, positiva o negativamente, respecto a los resultados del Partido Popular andaluz.

La muestra seleccionada ha sido de 30 encuestas a mayores de 18 años, seleccionados al azar. Se tiene en cuenta factores de edad, sexo y estudios. Consiste en nueve preguntas a contestar en formato Sí/No. Cuenta con indicadores cuantitativos, como si la persona votó a Javier Arenas o no, y cualitativos, como si piensa que el caso de los ERE benefició al PP. A través de ellos se pretende vislumbrar hasta qué punto influyeron en la decisión final del voto determinadas situaciones, producidas en campaña electoral o fuera de ella.

Sería interesante, si se quisiera continuar la línea de investigación, ampliar esta muestra para de esta forma llegar a más población y darle con ello a los resultados más veracidad.

Modelo de encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad:

Sexo:

Estudios:

1.- ¿Se considera simpatizante del PP?

-¿Votó el 25 de marzo?

-¿Votó a Javier Arenas?

-¿Se abstuvo?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía?

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central?

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta?

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez?

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

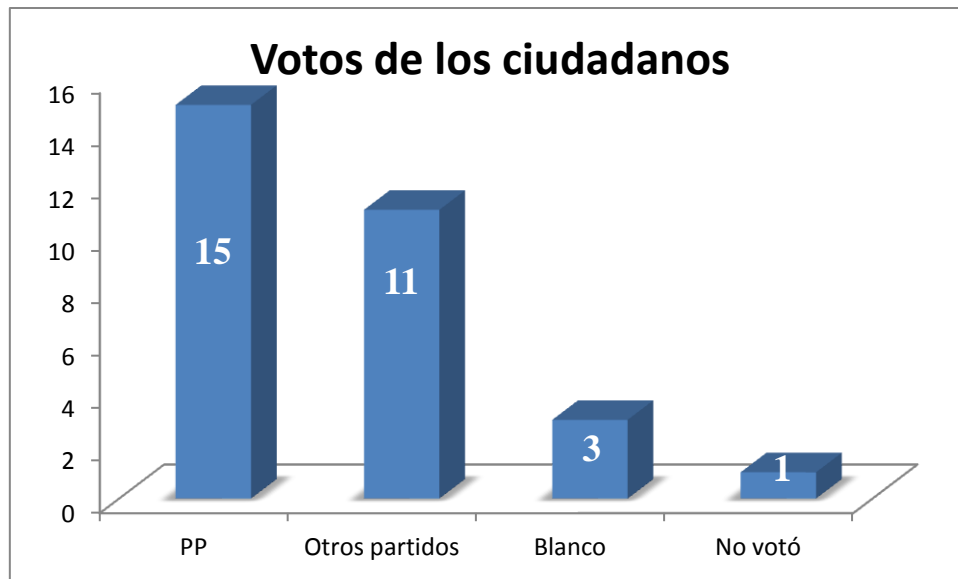
Analizados los resultados de la encuesta se puede detectar que son pocos los indicadores que muestran una diferencia clara en los votantes. La mayoría de los datos extraídos son bastante ajustados y pueden extrapolarse al resultado alcanzado por el PP en las elecciones: la división, prácticamente a partes iguales entre los que apoyan al PP y a Javier Arenas, y los que no lo hacen y bien votan al PSOE, a IU o se abstienen.

Muestra estudiada

Antes de comenzar el análisis habría que definir cuál es el tipo de población que ha sido objeto de investigación. En este caso las encuestas se han realizado al azar aunque centradas en un entorno urbano específico, el de Sevilla capital, con un perfil político concreto lo que puede condicionar los resultados.

Concretamente han sido 30 personas, con edades comprendidas entre los 20 y los 72 años. De ellos, 6 tienen estudios básicos, 7 estudios medios y los otros 16 cuentan con estudios superiores. Sería adecuado, en el caso de querer aumentar la muestra, tener en cuenta este parámetro del nivel de estudios, comparándolo con el porcentaje que de cada uno de los niveles hay en la población andaluza. La Universidad y los estudios superiores en general pueden determinar las tendencias políticas, y más aún si en las preguntas incluimos cuestiones más allá de los propios candidatos.

En la encuesta fue introducida la pregunta directa de si los ciudadanos habían votado a Javier Arenas. Ninguno de los 30 encuestados mostró reticencias a informar sobre su voto. El resultado fue el siguiente:



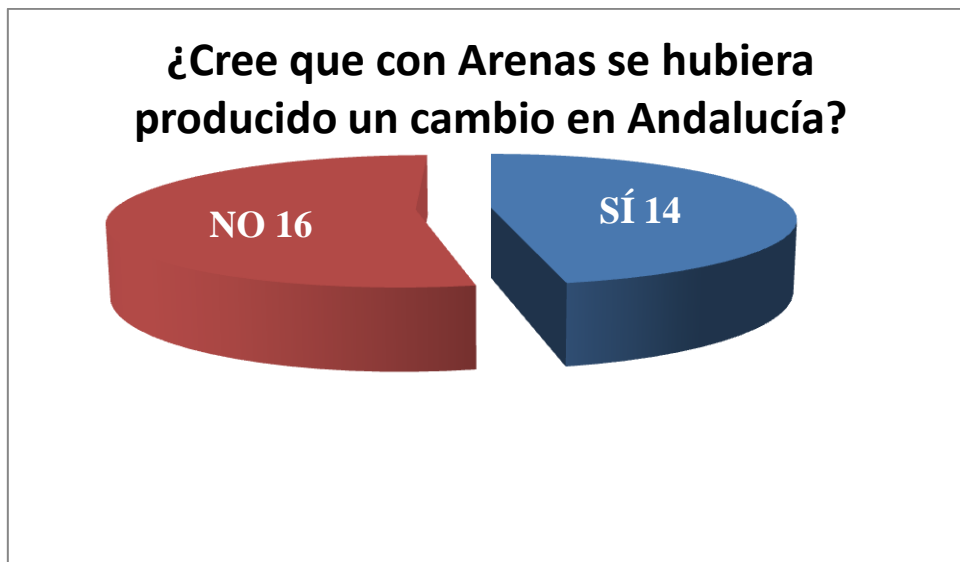
El resultado de estas preguntas arroja una realidad parecida a la de las urnas el 25 de marzo. El PP obtiene el apoyo de la mitad de los ciudadanos encuestados, aunque los votantes que apoyaron a otros partidos se quedan muy cerca. Muy parecido fue el resultado electoral del 25 de marzo, que permitió que el PSOE unido a IU tuvieran el número de diputados suficientes para no permitir que gobernara el partido con más representación. También se observa de la muestra un 10% que votó en blanco.

La figura de Javier Arenas

Javier Arenas se presentaba a las elecciones andaluzas por cuarta vez. Lo hizo también en 1994, 1996 y 2008. El candidato era reconocido por la gran mayoría de la población. Ministro en tiempos de José María Aznar, era una de las caras más conocidas del Partido Popular a nivel nacional. Adecuado era por tanto observar el comportamiento de la población respecto a que el mismo candidato que se presentaba a las elecciones en los años noventa lo siguiera haciendo más de veinte años después. Su campaña, desarrollada bajo el eslogan de “el cambio andaluz” pretendía vislumbrar una comunidad autónoma que cambiaba de partido de gobierno por primera vez en su historia y que eso iba además acompañado de un verdadero cambio en la sociedad.

La pequeña muestra analizada resulta dividida en estos aspectos. La mitad de los encuestados asegura que afectó el hecho de que Arenas concurren, por cuarta vez a las elecciones a la presidencia de la Junta de Andalucía. Igualmente dividida resultaba la

población respecto a la consideración de que con Arenas se hubiera producido un cambio en la comunidad. Entiéndase cambio en el concepto amplio de la palabra (tasa de desempleo, abandono escolar...) y no como cambio de signo político del Gobierno.



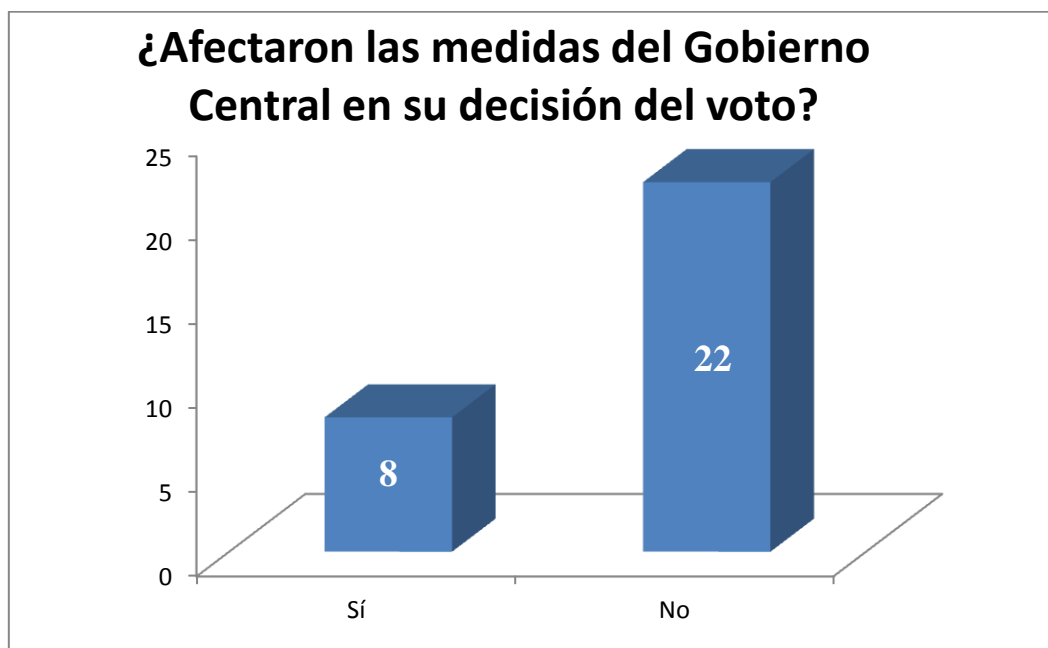
Las medidas del gobierno central en la decisión del voto

El 20 de noviembre de 2011 Mariano Rajoy logra en las elecciones generales una victoria histórica que lo lleva a gobernar España con mayoría absoluta. Nada más llegar a la presidencia pone en marcha las primeras medidas encaminadas a mejorar la crítica situación económica que en ese momento vivía el país. La nueva Reforma Laboral que entre otras cosas abarata el despido de los trabajadores, la congelación del sueldo de los

funcionarios y el aumento de su jornada laboral o la subida del IRPF y el IBI son algunas de las medidas que pone en marcha el nuevo ejecutivo.

Con este panorama se desarrolla la campaña electoral de las elecciones andaluzas, en la que el PSOE e IU utilizan frecuentemente estas medidas como argumento para poner a la población en contra del PP andaluz. Los periodistas aseguran que estas medidas afectaron negativamente a Javier Arenas. Es clave tener en cuenta que los presupuestos generales del Estado para 2012 se presentan el 30 de marzo, cinco días después de las elecciones. Es por tanto lógico considerar que las medidas de Rajoy influyeran en la población a la hora de tomar la decisión del voto.

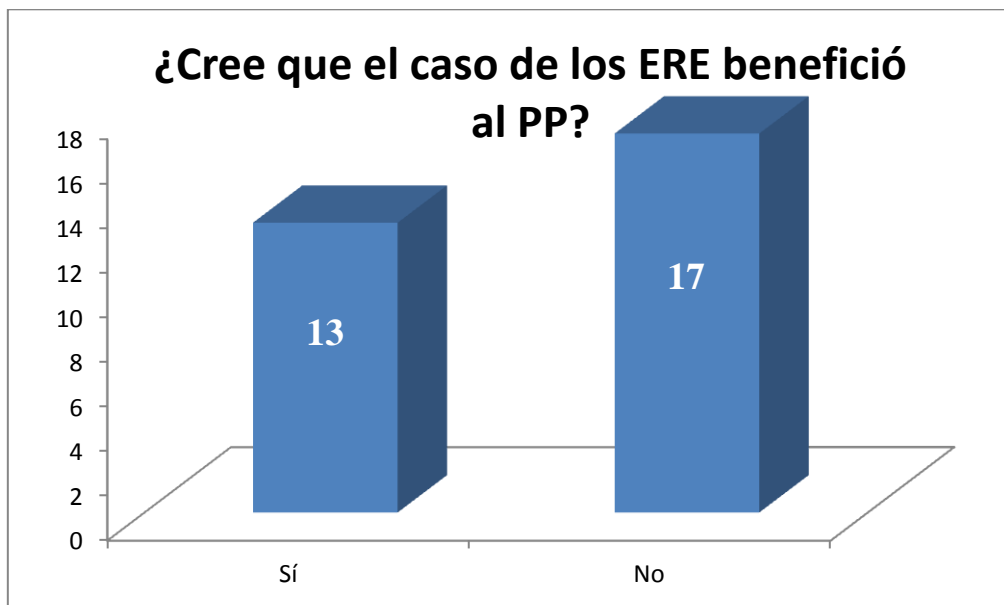
La ciudadanía es clara respecto a la pregunta. La mayoría tomó su decisión del voto sin tener en cuenta las medidas que el Gobierno Central había puesto en marcha. Ocho ciudadanos sí tuvieron en cuenta las acciones que el ejecutivo de Rajoy tomó nada más llegar al poder.



El caso de los ERE en la influencia del voto

Si las medidas tomadas por el Gobierno Central fue uno de los asuntos principales de la campaña, otro tema fue el de los ERE. El caso de corrupción que afectaba a cargos políticos de la Junta de Andalucía se convirtió en un arma que el PP utilizó para hacer daño a su principal adversario, el PSOE y José Antonio Griñán. Efectivamente, el candidato socialista se vio afectado por el caso de la enorme estafa de dinero público.

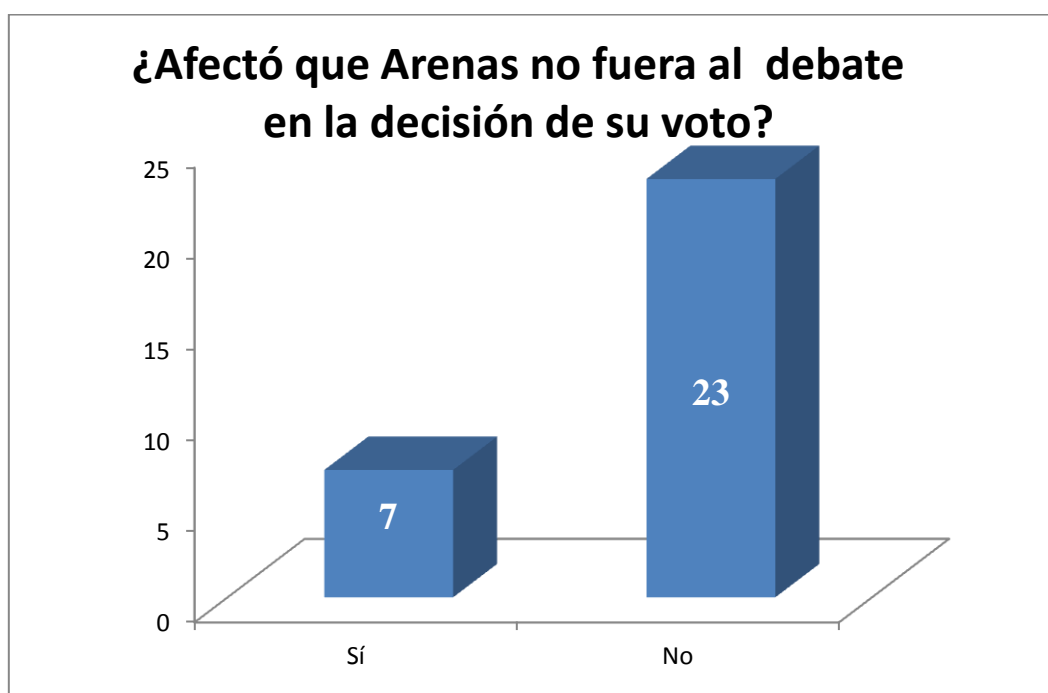
Los ciudadanos fueron preguntados por este asunto. La pregunta estaba dirigida no al daño que el caso pudo haber hecho al PSOE, sino si el PP salió beneficiado por esta circunstancia. La opinión resultó muy dividida. En este punto es importante señalar que quizá fue el caso de los ERE uno de los factores que más influyó en la pérdida de confianza de los electores. El caso suponía una enorme estafa de dinero público, sobre todo de las partidas destinadas a los parados. Y en la situación de crisis del momento y con una Andalucía con más de un millón de desempleados suscitaba un rechazo unánime de toda la sociedad.



El debate, cuestión secundaria

Javier Arenas no acudió al debate que Canal Sur emitió en directo durante la campaña electoral. Sus oponentes directos, José Antonio Griñán y Diego Valderas aprovecharon esta circunstancia para acusarlo de cobarde. Desde filas populares se utilizaba el argumento de la falta de pluralidad de la cadena autonómica para justificar la no asistencia del candidato. Según los periodistas de campaña, la decisión de no acudir al debate causó división en el seno del partido, entre los que apoyaban que no asistiera y los que por el contrario argumentaban que Arenas debía acudir. Igualmente los profesionales de la información unánimemente tildaron de fallo la decisión del candidato popular de no asistir.

Los ciudadanos han sido consultados por este asunto. El debate fue emitido en *prime-time*, a la hora en la que la televisión es más vista, entre las 21.00 y las 23.00 horas. Las respuestas otorgan, con amplia mayoría, poca importancia al debate. Siete de los 30 ciudadanos consultados reconocen que afectó en su decisión del voto la no asistencia de Arenas al debate. El resto, 23, aseguran que no influyó en su decisión. Además un gran porcentaje de éstos apenas recordaba el debate en sí, ni que Javier Arenas no asistiera.



Conclusiones generales

-La mayoría de la población no responde a los mensajes clave de los partidos en la campaña electoral. Ni el debate electoral ni el caso de los ERE modifican de forma significativa la percepción de los candidatos.

-Para los electores pesó más que Arenas se presentara por cuarta vez que las medidas puestas en marcha por Mariano Rajoy.

-La campaña electoral no influyó en la población en su decisión de voto.

Parte IV. Conclusiones

4.1.-Verificación de hipótesis y valoración de objetivos

Se ha investigado la campaña electoral del Partido Popular en las elecciones andaluzas de 2012 desde varios puntos de vista. A través de métodos de investigación se ha querido llegar a conocer en profundidad cómo fue esta campaña para de esta forma obtener un porqué que justifique los resultados. Se ha hecho desde la perspectiva de tres actores fundamentales implicados en el proceso: medios de comunicación, periodistas y ciudadanos. En las siguientes líneas se mostrarán las conclusiones generales de la investigación, si confirman o no las hipótesis iniciales y si de la misma forma se han cumplido o no los objetivos previstos.

Hipótesis primera: *El Partido Popular desarrolló una campaña electoral basada en resultados de encuestas y triunfo en otras comunidades autónomas centrándose en el cómo vamos a gobernar frente al por qué debemos gobernar.*

La voz de los ciudadanos manifestada en las encuestas no confirma esta hipótesis pero tampoco la desmiente puesto que se observa que, en efecto los electores no modifican de forma significativa la intención de voto. Sí es verificable en la prensa analizada la constante asociación de información dedicada al PP y datos de encuestas que auguran su mayoría absoluta. El partido no pudo dejar de hablar de las encuestas favorables en toda la campaña, bien por iniciativa propia o bien por preguntas de los periodistas. Éstos, cercanos al partido durante todo el proceso aseguran que todos los dirigentes estaban seguros de su victoria y que se pretendía calmar la euforia. Tanto los medios como los profesionales reconocen a Andalucía como la comunidad que le queda al PP por ganar o al PSOE por perder. La cadena se rompió, pero las previsiones eran que el PP, tras la victoria en las municipales y en las generales, hiciera lo propio en las autonómicas andaluzas.

Hipótesis segunda: *El fracaso del PP en las elecciones autonómicas andaluzas del 2012 se debió entre otras causas a que se aplicaron las mismas estrategias de comunicación que en las elecciones generales de noviembre de 2011.*

No ha sido posible encontrar muchos elementos de unión entre la campaña de Arenas y la de Mariano Rajoy. Ambas se desarrollan en un contexto de crisis y con un Partido Socialista muy mermado en apoyos. El PP hubiera preferido que las autonómicas hubieran sido en noviembre de 2011 junto con las generales pero Griñán prefirió mantenerlas en su fecha pese a que ello perjudicaría al propio partido socialista. Sí afectaron negativamente las medidas de Rajoy en los resultados andaluces. Aunque en las encuestas no se refleja claramente, los periodistas las señalan como una de las principales causas del fracaso. Los medios impresos recogen cómo estas medidas constituyen la práctica totalidad del discurso del Partido Socialista para atacar a los populares.

Tanto los medios como los periodistas aseguran que la campaña de Javier Arenas fue poco intensa. La seguridad otorgada por las encuestas invitaba al PP a relajarse como así demuestra el hecho de que no acudiera al debate en Canal Sur. Igualmente las encuestas pudieron provocar efecto de seguridad en el electorado popular, como se aprecia en la abstención alta que hubo en la Costa del Sol, zona en la que el PP suele conseguir victorias cómodas (La abstención en la provincia de Málaga sube del 27,68% en 2008 al 41,95% en 2012). La campaña en cualquier caso no fue determinante para que los ciudadanos se decantaran por una u otra opción.

Hipótesis tercera: *La población andaluza, mayoritariamente rural, no responde de la misma forma ante los mensajes políticos de un partido de centro-derecha.*

No ha sido objeto de esta investigación analizar cómo responde la población a los mensajes políticos de los partidos considerados de izquierda, pero sí ha quedado de manifiesto que la campaña del PP no convenció a los ciudadanos para que éstos le dieran su apoyo. La prensa refleja una campaña basada en conceptos negativos, en la corrupción y el despilfarro y carente de propuestas que pudieran ilusionar a la población.

4.2.- Conclusiones generales

La investigación ha dibujado una imagen de la campaña electoral donde convergen distintos puntos de vista. Enriquecida por distintos enfoques ha sido posible conocer de primera mano cómo fue la campaña electoral, objetivo general de este estudio. Sus estrategias, su forma de actuar y la forma en la que ésta influyó en los ciudadanos.

De esta forma ha quedado demostrado que la campaña estuvo condicionada en gran medida por las encuestas que de forma prácticamente unánime pronosticaban una victoria absoluta de los populares. El PP transmitió a la población la imagen de un partido seguro ante la victoria, aunque intentó no hacerlo.

Las medidas puestas en marcha por el Gobierno Central influyeron en la campaña electoral, sobre todo convirtiéndose en una campaña nacional y no autonómica. Igualmente el caso de los ERE fue protagonista, pero no fue determinante en las urnas. La población no castigó de forma severa el caso de corrupción de la Junta como si se preveía. Sí lo hizo de forma tenue.

4.3.-Futuras líneas de investigación

La investigación puesta en marcha como trabajo fin de máster ha arrojado conclusiones que permiten conocer más y mejor cómo fue la campaña electoral de Javier Arenas en las elecciones autonómicas de Andalucía del año 2012. Diversos métodos científicos dan unos resultados satisfactorios que permiten comprobar en buena medida en qué línea se desarrolló la campaña. Se han estudiado varios actores en el proceso: medios de comunicación, periodistas de esos medios y votantes, que en definitiva fueron la mano ejecutora y los que valoraron la campaña. Cada uno desde su punto de vista ha aportado su parte para crear una imagen de campaña electoral más veraz que como lo sería si sólo fuera observada desde un prisma.

Pero a pesar de todo ello, es posible seguir trabajando en las numerosas preguntas que rodean esta campaña electoral. Sería necesario sumar más puntos de vista que mejoren la imagen de campaña que en esta investigación se concluye. La radio televisión pública andaluza y sus periodistas podrían ser otro foco de atención. De

carácter político sería interesante dar voz al partido protagonista, al PP. Tanto a los asesores como a los cargos políticos. Y cómo no también a la oposición, que fue finalmente la que aprovechó la campaña para ganar las elecciones.

Igualmente también la enriquecería aumentar las muestras tanto cualitativa como cuantitativamente. Analizar la prensa de las diferentes provincias, consultar a más periodistas de más medios o aumentar el número de ciudadanos encuestados para de esta forma dotar de más veracidad la investigación.

Alejado de esta campaña electoral concreta pero sí en la misma temática sería interesante desarrollar estudios sobre la influencia que el Partido Popular tiene en Andalucía, debido a la imposibilidad que ha tenido en toda su historia de gobernar en la comunidad.

Otra materia interesante de estudio sería el efecto que las campañas electorales producen en la población andaluza, adaptar los estudios existentes en cuanto a los efectos que se producen en general a las características concretas, socioeconómicas y políticas que la población de Andalucía tiene.

Parte V. Bibliografía

- ALCÁNTARA, M Y MARTÍNEZ, ANTONIA y otros (1998): *Las elecciones autonómicas en España*. Madrid, CIS
- ANDER-EGG, E (1987): *Técnicas de investigación social*. México D.F., Humanitas
- ARISTÓTELES (1989): *La política*. Madrid, Espasa-Calpe
- BARDIN, L. (1986): *El análisis de contenido*. Madrid, Akal
- BAEZA, E. (2012): *Cómo crear una campaña electoral de éxito*. Madrid, Eunsa.
- BARRANCO, F. J. (2010): *Marketing político y electoral*. Madrid, Pirámide
- BEZUNARTEA, O.; DEL HOYO, M.; IRIARTE, I.; SANTOS, MT. y URRUTIA, A. (2000). *La prensa y los electores*. Bilbao, Servicio editorial de la Universidad del País Vasco
- CASTELL, M (2009): *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial.
- CORBETTA, P. (2007): *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, Mcgraw-Hill
- CRESPO, I. (2004): *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto*. Valencia, Tirant lo Blanch
- CANEL, MJ (2006): *Comunicación política, una guía para su estudio y práctica*, Madrid, Tecnos.
- DIEZHANDINO, M.P y otros (1994): *La élite de los periodistas*. Bilbao, Servicio editorial Universidad del País Vasco.
- GAITÁN MOYA, JA y PIÑUEL RAIGADA, JL. (1998): *Técnicas de investigación en comunicación social, elaboración y registro de datos*. Madrid, Síntesis
- GARCÍA FERRANDO, M.; IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F. (1986): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Universidad. Textos.
- GOMIS, L (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, Editorial Paidós Comunicación.
- GOMIS, L (1974): *El medio media. La función política de la prensa*. Madrid, Seminario y Ediciones.
- GOODE, WJ (1988): *Métodos de investigación social*. México, Trillas
- HERRERO, C (1996): *Periodismo Político y Persuasión*. Madrid, Editorial Actas.
- KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona, Paidós

- LÓPEZ GARCÍA, G. (2004): *Las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. Valencia, Universidad de Valencia
- MAREEK, P. (1997): *Marketing político y comunicación. Claves para la buena información política*. Madrid, Paidós Ibérica.
- MARÍN BENJAMÍN (2003): *Debates electorales en televisión*. En *Comunicación política y nuevos medios*, Barcelona, Ariel, pp. 207-243
- MARTÍN SALGADO, L. (2002): *Marketing político*. Barcelona, Paidós
- MARTÍNEZ, M. ALEJANDRO (2012): *Redes Sociales y política 2.0; presencia en Twitter de los candidatos a las elecciones andaluzas de 2012*. Trabajo fin de máster, dirigido por Mar Sánchez, US.
- MARTÍNEZ, Y (2004): *La Comunicación Institucional. Análisis de sus problemas y soluciones*. Madrid, Editorial Fragua.
- MOUCHON, J (2000): *Política y medios: los poderes bajo la influencia*. Barcelona, Gedisa Editorial
- MUÑOZ-ALONSO, A. (1989): *Política y nueva comunicación. El impacto de los medios en la vida política*. Madrid, Fundesco.
- MUÑOZ-ALONSO, A (2008): *La comunicación política en España (2007-2008) en ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID: Informe anual de la profesión periodística 2008*. Madrid, Asociación de la prensa.
- MUÑOZ ALONSO, A y ROSPIR, JI (1995): *Comunicación política*. Madrid, Universitas
- MUÑOZ ALONSO, A y ROSPIR, JI (1999): *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona, Ariel Editorial.
- NORRIS, P. (2002): *Campaign communications*, en L. LeDuc, R. Niemi y P.Norris, *Comparing Democracies 2. New Challenges in the Study of Elections and Voting*. Londres, Sage
- PANIAGUA, F.J. (2004). *Comunicación política y elecciones: nuevas prácticas en el escenario español*. Málaga, Asociación para la Investigación y el Desarrollo de la Comunicación.
- PÉREZ, D. (2003). *Técnicas de comunicación política. El lenguaje de los partidos*. Madrid, Tecnos
- PÉREZ CURIEL, C (2005): *Estudio de las fuentes de información en el marco del Periodismo Especializado: estrategias de selección y tratamiento de las fuentes en las secciones de El Mundo y El País*. Sevilla, Universidad de Sevilla.

PÉREZ CURIEL, C. (2008): *Comunicación política: un reto para la especialización de periodistas y fuentes*, Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación, nº 17.

PÉREZ CURIEL, C (2011): *La escalada del muro*. Germany, Editorial, Lap Lambert Académic Publishing GMBH &Co. KG.

PIÑUEL RAIGADA, JL (1995): *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la Comunicación Social*. Madrid, Síntesis

QUESADA, M. (1994): *La entrevista. El arte y la ciencia*. Madrid, Editorial Eudema.

RAMÍREZ, T (1995): *Los gabinetes de comunicación, funciones, disfunciones e incidencias*. Madrid, Bosh.

REY, J (1999): *Comunicación política electoral. Elecciones municipales de Sevilla en 1999*. Sevilla, Cuestiones publicitarias.

REY MORATO, J del (2007): *Comunicación política, internet y campañas electorales: de la teledemocracia a la ciberdemocracia*. Madrid, Tecnos.

VELÁZQUEZ, T (1992): *Los políticos y la televisión*. Barcelona, Ariel.

WALIZER, M y P. WEINIR (1978). *Research Methods and Analysis: Searching for a relationships*. New York, Harper and Row Publishers Inc.

Recursos-e

CALDEVILLA, D (2009): *Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales*. Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias. Vol. III, 2, 31-48 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3438098> (acceso hasta 4/11/13)

OLMO, A (2006): *Medios de comunicación y campañas de propaganda electoral: las elecciones autonómicas en Andalucía*. Tesis doctoral dirigida por Alejandro Pizarroso. Universidad Complutense de Madrid. (<http://0-site.ebrary.com.fama.us.es/lib/unisev/docDetail.action?docID=10117111> acceso hasta 4/11/13 a través de biblioteca US recurso electrónico).

Página oficial del Ministerio del Interior. Elecciones Municipales y generales del año 2011. <http://Elecciones.mir.es>

Página oficial del Parlamento de Andalucía <http://parlamentodeandalucia.es> Sección "Historia".

Resultados electorales en la página web del diario El País. <http://resultados.elpais.com/elecciones/2011/municipales/>

Resultados electorales en la página web del diario ABC.

<http://actualidad.abc.es/elecciones-2008/resultados/congreso/andalucia>

El Confidencial. Vídeo del PSOE del 1 de marzo de 2012. Otra vez el limpiabotas

<http://www.elconfidencial.com/espana/2012/03/01/el-psoe-inicia-la-guerra-sucia-rescata-la-foto-del-limpiabotas-de-arenas-93563> (consultado hasta el 29/10/13).

Parte VI. Anexos

6.1.- Análisis de contenido

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 1

Fecha: 12/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Las pancartas pone rumbo a las urnas”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Luis Montoto

Género: Análisis

Tema*: Movilizaciones sindicales contra la reforma laboral del Gobierno Central, ERES, encuestas,

Causas: Los sindicatos salen a la calle y se manifiestan contra una medida del gobierno del PP. Todos los candidatos actúan en consecuencia; Valderas acude, Griñán se excusa pero la apoya y Arenas recuerda que la reforma se aprobó tras una negociación.

Consecuencias: PSOE e IU cercanos a los sindicatos y PP les invita a que continúen por la senda de la independencia.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si. El CIS no le otorga mayoría absoluta.

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE, IU

-Secundarias: -

Tipología:

-Institucional: CIS, PP, PSOE, IU

-No Institucional: -

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU, UPyD, ERE, CIS

Fotografías: Grande. Manifestación de los sindicatos en Sevilla

Infografías: -

Tema ERES: Si

-Nº de veces: 2

Conclusiones del análisis: Los sindicatos se manifiestan en contra del Gobierno, PSOE e IU los apoyan. Javier Arenas defiende el consenso. Griñán era consejero en pleno caso de corrupción de los ERE.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 2

Fecha: 13/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “¿Debate o ensayo del primer consejo de Gobierno?”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Mercedes Benítez

Género: Análisis

Tema*: Debate electoral en Canal Sur

Causas: Los candidatos de PSOE e IU protagonizaron un debate electoral al que Javier Arenas no acudió.

Consecuencias: El debate resulta “descafeinado”. Ambos critican que Arenas no acuda.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No.

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-**Principales:** Canal Sur

-**Secundarias:** -

Tipología:

-**Institucional:** Canal Sur

-**No Institucional:** -

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** “prime time”, “share”

-**Siglas y acrónimos:** PP, PSOE, IU,

Fotografías: Grande. Ambos candidatos se dan la mano en el plató donde se desarrolló el debate

Infografías: -

Tema ERES: Si

-**Nº de veces:** 2

Conclusiones del análisis: Javier Arenas no acudió al debate porque Canal Sur no es imparcial (está condenada por la Junta Electoral). Por lo tanto, el debate resulta “descafeinado”, ambos tienen un pacto previsto.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 3

Fecha: 14/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Griñán busca el abrigo de los sindicatos mayoritarios”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Stela Benot

Género: Análisis

Tema*: Reunión con sindicatos mayoritarios

Causas: Griñán se reúne con las cúpulas de UGT y CCOO para intentar buscar su apoyo en las próximas elecciones.

Consecuencias: Ninguno de los dos representantes sindicales piden el voto para el PSOE.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: La periodista relaciona la campaña de Griñán con de Rubalcaba de “desastrosos resultados”

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No.

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-Principales: PSOE, UGT, CCOO

-Secundarias: -

Tipología:

-Institucional: PSOE, UGT, CCOO

-No Institucional: -

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU, UGT, CCOO

Fotografías: Grande. Griñán con los dos secretarios generales de las secciones andaluzas de CCOO y UGT

Infografías: -

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Los sindicatos no quieren pedir el voto para el PSOE pero dejan ver que los trabajadores tienen que votarles. Griñán toma ejemplo de la campaña de Rubalcaba que obtuvo resultado nefasto para el PSOE.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 4

Fecha: 15/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Tomares: un banco de pruebas para el cambio de Arenas”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: J. Morillo

Género: Análisis

Tema*: Encuestas, cambio andaluz, municipios

Causas: Arenas visita Tomares donde pone de ejemplo al pueblo del “cambio andaluz” que está a punto de llegar. La victoria en las municipales de numerosos municipios por parte del PP le da confianza.

Consecuencias: Promete ser un “alcalde de alcaldes” y gobernar sin revanchas

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si. Arenas “roza con la punta de los dedos la mayoría absoluta”.

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-**Principales:** PP

-**Secundarias:** Ayuntamiento de Tomares

Tipología:

-**Institucional:** PP y Ayuntamiento de Tomares

-**No Institucional:** -

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PP.

Fotografías: Grande. Arenas saluda a vecinos del pueblo de Tomares.

Infografías: -

Tema ERES: No

-**Nº de veces:** -

Conclusiones del análisis: Arenas se acerca a los pueblos con alcaldes populares que cambiaron hace no mucho tiempo. Quiere con ello ejemplificar su cambio, el de la Junta

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 5

Fecha: 16/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “La huelga general seduce a Valderas pero no a Griñán”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: José Cejudo

Género: Análisis

Tema*: Huelga general, sanidad

Causas: Se acerca la huelga general. IU se une, PSOE la justifica pero no se une y PP la ignora. Los tres candidatos hacen campaña.

Consecuencias: Se recogen las ideas del PP.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Sí. Política de control del déficit. Control de los recursos para no gastar más de lo que se ingresa. Arenas es el “reformismo del sur” frente al “inmovilismo”

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE, IU, PA

-Secundarias: EFE, Europa Press

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE, IU, PA

-No Institucional: EFE y Europa Press

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU, PA

Fotografías: Grande. Griñán en Motril

Infografías: -

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Arenas se aleja de la polémica de la huelga y hace propuestas. Los otros dos candidatos critican lo que hacen otras comunidades y apoyan la convocatoria sindical.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 6

Fecha: 17/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “La mayoría de los andaluces suspende a la Junta por su gestión de la crisis”

Antetítulo: “Andalucía. Encuesta IMC para ABC”

Subtítulo: -

Firma: J. Morillo

Género: Análisis

Tema*: Encuestas (sobre la gestión de la Junta de Andalucía para salir de la crisis)

Causas: La mayoría de los andaluces suspende la gestión del gobierno de Griñán.

Consecuencias: Se resalta que los andaluces confían más en Arenas. Un 36,9% lo cree más capacitado para sacar a la comunidad de la crisis mientras que Griñán obtiene en ese criterio un 20,1.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Sí. El PP se autoconsidera como el partido más preparado para salir de la crisis (en la que han tenido mucho que ver los socialistas)

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-Principales: IMC

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional:

-No Institucional: IMC

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE,

Fotografías: No

Infografías: Si. Cinco gráficos sobre cinco preguntas de la encuesta realizada.

1-¿Cómo cree que está siendo la gestión del Gobierno Andaluz para salir de la crisis?

2- ¿Quién cree que está más capacitado para sacar a Andalucía de la crisis, José Antonio Griñán o Javier Arenas?

3- ¿Quién cree que está más capacitado para afrontar la actual situación de crisis en Andalucía, el gobierno del PSOE o el principal partido de la oposición, el Partido Popular?

4- ¿Cómo calificaría la gestión que está haciendo el Gobierno del PSOE en Andalucía?

5- ¿Cómo califica la actuación política que está teniendo el Partido popular de Andalucía, actualmente en la oposición?

Nota: todos los gráficos dan resultados positivos para el PP

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: La mayoría de la población está descontenta con la gestión de Griñán. Frente a esto, es Arenas la mejor solución para acabar con la crisis en Andalucía.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 7

Fecha: 18/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “La Arenas afianza su mayoría absoluta”

Antetítulo: “CAMBIO POLÍTICO EN ANDALUCÍA”

Subtítulo: -

Firma: J. Morillo

Género: Análisis

Tema*: Encuestas (sobre la intención de voto)

Causas: La encuesta de IMC continúa dando al PP la mayoría absoluta, cada vez con más distancia del PSOE.

Consecuencias: Se descarta que PSOE e IU puedan obtener representantes para que juntos puedan gobernar. El PP podría obtener hasta 60 escaños.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Sí, cambio político. Andalucía no es más que un capítulo más en el camino de cambio que ha iniciado el PP en España.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Sí

Referencias a las encuestas: Sí

Fuentes:

-Principales: IMC

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional:

-No Institucional: IMC

-Documental: Encuesta del IMC para ABC con la intención de voto en las elecciones autonómicas anteriores, en 2008.

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU, IMC

Fotografías: No

Infografías: Si. Estimación de resultados en escaños, en porcentaje y su evolución. Dos preguntas:

-¿Considera que sería necesario para Andalucía que hubiera un cambio político en el gobierno autonómico?

-¿Qué partido cree que obtendrá la victoria en la Elecciones Autonómicas Andaluzas?

Ocho gráficos con la estimación de votos por provincias.

Nota: Todos los resultados son positivos para el PP

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Arenas está más cerca de la victoria absoluta. Cada vez obtiene más apoyo en las encuestas y el PSOE no tiene opciones de gobernar ni pactando con IU.

Nota: la siguiente noticia se titula: “Ni Sevilla resiste a la marea del PP”

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 8

Fecha: 19/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Arenas no se confía y recuerda que el PSOE es un partido <<fuerte>>”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: S. Benot

Género: Análisis

Tema*: Encuestas

Causas: Arenas obtiene previsiones de mayoría absoluta en todas las encuestas. No sé confía.

Consecuencias: Continúa con un discurso asociando a PSOE e IU. Le apoyan las figuras fuertes del partido, hablando del cambio que necesita Andalucía.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Sí, cambio político. Repetición constante de la necesidad de cambio.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Sí

Referencias a las encuestas: Sí

Fuentes:

-Principales: PP

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP

-No Institucional:

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU,

Fotografías: Si. Grande, Arenas, Rajoy, Sanz, y Martínez saludan a un auditorio junto a un atril que proclama: “el cambio andaluz”

Infografías: No

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Arenas cuenta con el apoyo de las encuestas. Pero en el mismo mitin asegura que Sevilla capital dará sorpresa (fue una de las dos únicas capitales de provincia españolas donde el PSOE ganó al PP). Rajoy: “o cambio o resignación”

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 9

Fecha: 20/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Un hombre solo”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Manuel Contreras

Género: Análisis

Tema*: Situación de Griñán

Causas: José Antonio Griñán no tiene apoyos públicos de los altos cargos de su partido.

Consecuencias: Roza el discurso del pacto con IU como única forma de gobernar en la Junta. Valderas por su parte señala que la mayoría absoluta es el peor de los resultados.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Sí. Implícitas. “El envite que [Griñán] recibirá el próximo domingo”

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-Principales: PSOE e IU

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PSOE e IU

-No Institucional:

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU,

Fotografías: Si. Grande, Griñán, sentado, con aspecto agotado, en un acto en el que se intuye poca asistencia

Infografías: No

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Griñán está perdido. Tiene que buscar desesperadamente un aliado, lo hace en Diego Valderas.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 10

Fecha: 21/3

Página: 18

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Arenas juega en casa”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Javier Azcárate

Género: Noticia

Tema*: Día de campaña de Arenas

Causas: Relato del día de campaña de Javier Arenas.

Consecuencias: -

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE e IU

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE e IU

-No Institucional:

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: - ADSL, WIFI

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU,

Fotografías: Si. Grande, Arenas, con Sanz en una cooperativa de aceite.

Infografías: No

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: El primer día de todos los analizados en los que se anuncian propuestas del PP-A.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 11

Fecha: 22/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Contra las encuestas, golpes bajos”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Manuel Contreras

Género: Análisis

Tema*: Discurso del PSOE: radicalización

Causas: El PSOE, acorralado por las encuestas radicaliza su discurso.

Consecuencias: amenazando a trabajadores con no renovar el contrato, a pacientes que con las urgencias serán de pago o enviando convocatorias a mítines desde consejerías.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: Sí

Fuentes:

-Principales: PP, personal de agencias públicas EPSA, Consejería de turismo.

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP, Consejería de turismo

-No Institucional: personal de agencias públicas EPSA.

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE,

Fotografías: Si. Grande, Griñán saluda cariñosamente a una mujer en una residencia de ancianos

Infografías: No

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: El PSOE está desesperado. Las encuestas lo están obligando a radicalizar un discurso para llegar con alguna posibilidad al día de las elecciones.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 12

Fecha: 23/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Griñán ya ofrece a los comunistas sus condiciones para negociar un pacto”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Stela Benot

Género: Análisis

Tema*: Pacto del PSOE con IU

Causas: Griñán ofrece las a IU las condiciones necesarias para llegar a un acuerdo que les permita gobernar juntos.

Consecuencias: Se baraja la posibilidad de que Sánchez Gordillo sea consejero.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Sí

Referencias a las encuestas: Sí. “Cómoda mayoría absoluta”

Fuentes:

-**Principales:** PSOE, IU.

-**Secundarias:**

Tipología:

-**Institucional:** PSOE, IU

-**No Institucional:** -

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PSOE, IU, IMC, CUT,

Fotografías: Si. Grande, Griñán da un discurso en un mitin

Infografías: No

Tema ERES: No

-**Nº de veces:** -

Conclusiones del análisis: El PSOE da por hecho que el PP ganará. Lo único que puede hacer es tender la mano a los radicales de IU, que pondrían a Sánchez Gordillo de Consejero.

Nota: la siguiente noticia se titula: “Valderas cree que Sánchez Gordillo sería buen consejero de Agricultura”.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 13

Fecha: 24/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Arenas pide <<ganar a los mensajeros del miedo>>”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Mercedes Benítez

Género: Noticia

Tema*: Mitin del PP fin de campaña. Corrupción.

Causas: Arenas y Rajoy son los protagonistas del mitin de fin de campaña del PP, en Sevilla.

Consecuencias: Se repiten los principales mensajes de la campaña: “Se vota al gobierno de los ERE o al gobierno del empleo”, “vamos a ganar la partida a los mensajeros del miedo”.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Sí, “Gobierno del empleo”

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Sí, se da por hecho. “Una de las páginas más bonitas de la historia de Andalucía, la alternancia política.

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-**Principales:** PP.

-**Secundarias:**

Tipología:

-**Institucional:** PP

-**No Institucional:** -

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PP,

Fotografías: Sí. Grande, Arenas, Rajoy, Zoido y otros dirigentes del PP en un mitin, con un auditorio lleno de público.

Infografías: No

Tema ERES: Sí

-**Nº de veces:** Tres: ERE, fondo de reptiles, necesidad de un “aire limpio”

Conclusiones del análisis: Rajoy, ganador absoluto de las elecciones de tres meses antes apoya a Arenas en el fin de la campaña. Quiere transmitir que en Andalucía también habrá gobierno del “empleo” frente a la corrupción, y el pacto PSOE e IU.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 14

Fecha: 25/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “Andalucía en la encrucijada”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Jesús Morillo

Género: Análisis

Tema*: Llegaron las elecciones. O cambio o pacto de PSOE e IU.

Causas: Se celebran las elecciones

Consecuencias: Si se cumple lo que IMD dijo en sus encuestas (como ocurrió en 2008) el PP ganaría las elecciones con una amplia mayoría y se produciría el cambio andaluz. De lo contrario continuaría Griñán, apoyado por IU, que ve con buenos ojos el pacto.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Sí.

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE, IU, IMD.

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE, IU

-No Institucional: IMD

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU IMD

Fotografías: Si. Varias. Los 5 candidatos (PSOE, PP, IU, PA, UPyD) en tamaño medio en la parte superior. La noticia está ilustrada con una mano que deposita un sobre.

Infografías: No

Tema ERES: Sí

-Nº de veces: 1

Conclusiones del análisis: Ha llegado el día de las elecciones. Sólo hay dos posibles situaciones finales; victoria absoluta del PP, lo que produciría por primera vez en democracia una alternancia en el gobierno andaluz o que continúe gobernando Griñán, el presidente del PSOE con más escándalos, como los ERE, invercaria o la alta tasa de empleo. Todo ello además apoyado por Valderas, de IU.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 15

Fecha: 26/3

Página: 20

Periódico: ABC de Sevilla

Título: “El PP no moviliza a su electorado y dilapida sus opciones de gobernar”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Manuel Contreras

Género: Análisis

Tema*: Resultados electorales.

Causas: El PP gana pero no obtiene los resultados esperados y estimados. Supera al PSOE en 1,14 puntos, mientras que las encuestas preveían entre 7 y 12.

Consecuencias: Griñán, el presidente de la Andalucía del mayor escándalo de corrupción de la historia de nuestra democracia continuará siendo presidente con el apoyo de los comunistas, que logran un ascenso en representación.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: -

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-Principales: Resultados electorales, IMD.

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: -

-No Institucional: Resultados electorales, IMD

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-Tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU IMD

Fotografías: -

Infografías: No

Tema ERES: Sí

-Nº de veces: 1

Conclusiones del análisis: No se cumplieron lo que preveían las encuestas. El PP ha obtenido los mejores resultados de la historia y el PSOE los peores, pero no han sido unos resultados que permitan un cambio en el partido de gobierno. Griñán seguirá siendo presidente pese al paro, a los ERE, a la crisis interna del partido, o a su poco carisma. Y será porque contará con el apoyo de IU, que no iba a permitir que Arenas gobernara la comunidad.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 16

Fecha: 12/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Sólo la subida de impuestos provoca un rechazo general de los andaluces”

Antetítulo: -

Subtítulo: “Los sondeos muestran una división paritaria sobre la capacidad de la reforma laboral para generar empleo”

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Opinión de los ciudadanos respecto a las medidas del Gobierno de Rajoy.

Causas: Barómetro encargado por el grupo Joly para estudiar en la población la opinión sobre las primeras medidas de Rajoy en el Gobierno.

Consecuencias: Consideran que afectarán negativamente a Arenas. Destaca la división en algunos temas

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-Principales: Barómetro de empresa Commentia.

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: -

-No Institucional: Barómetro de empresa Commentia.

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE

Fotografías: Si. Grande. Mariano Rajoy y Javier Arenas abrazados saludando

Infografías: Si. Una de gran tamaño, con fotos de las grandes reformas de Rajoy acompañadas de gráficos con los resultados de la encuesta sobre la opinión de la población. Otra de menos tamaño, un gráfico con la valoración general de las medidas del PP.

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Las medidas puestas en marcha por el Gobierno de Mariano Rajoy desde que llegó al poder afectarán en las elecciones de Andalucía al candidato popular, Javier Arenas. Sobre todo la subida de impuestos que cuenta con el rechazo del 67,7% de la población.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 17

Fecha: 13/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Dos solos dejan al otro ausente”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Debate.

Causas: Se celebró en Canal Sur el debate electoral sin la presencia del candidato del PP, Javier Arenas.

Consecuencias: Pierde la democracia porque no se debatieron propuestas y programas

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. Doctrina Arriola: “no arriesgar cuando la mayoría al menos está escrita en los sondeos demoscópicos”

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-Principales: Canal Sur, PP.

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: Canal Sur, PP

-No Institucional: -

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU

Fotografías: Si, dos medianas. La primera una instantánea durante el debate, aparecen Griñán, Valderas y la presentadora. La segunda los dos candidatos dándose la mano.

Infografías: No

Tema ERES: Si

-Nº de veces: 2

Conclusiones del análisis: Perdió la democracia y todos los ciudadanos al no acudir Javier Arenas al debate electoral. El mismo resultó algo monótono puesto que se considera muy cercana la posibilidad de que ambos pacten si el PP no consigue la mayoría absoluta.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 18

Fecha: 14/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Arenas se hace a la mar”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Debate y campaña de Arenas

Causas: Siguen las consecuencias por la no asistencia de Arenas al debate. Le siguen lloviendo críticas.

Consecuencias: El periodista lo contextualiza en la “doctrina Arriola”: no moverse en caso de una victoria segura o casi segura.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. Arenas habla de reducir la administración y los altos cargos.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si, en dos ocasiones. Habla de fuentes del PP que darían 57 escaños al partido

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-Principales: PP, Javier Arenas, PSOE, Canal Sur.

-Secundarias: Arriola

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE, Canal Sur

-No Institucional: -

-Documental: Arriola

-Experta: -

Lenguaje:

-Tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU

Fotografías: Si, tamaño mediano. Arenas se monta en un barco en Barbate, junto a Antonio Sanz

Infografías: No

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Arenas se monta en un barco un martes 13 arriesgándose, igual que lo hizo el día del debate. Su disconformidad con que fuera en Canal Sur lo hizo quizá arriesgar demasiado.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 19

Fecha: 15/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Cuando Griñán acertó”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Gobierno Central, EREs

Causas: Las decisiones del Gobierno Central están afectando a Javier Arenas. Él no entra a comentarlas

Consecuencias: Griñán lo llama “extraterrestre” por no darse por aludido ante las críticas. Arenas no entra en el juego de las declaraciones y disputas con Griñán.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. De hecho la compara con las dos anteriores (municipales y generales). “El cambio” y el poco riesgo que se toma ante los adversarios.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si, el PP toca el gobierno “con la punta de los dedos”

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-**Principales:** PP, PSOE.

-**Secundarias:**

Tipología:

-**Institucional:** PP, PSOE,

-**No Institucional:** -

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PP, PSOE, IU, CCOO, UGT

Fotografías: Si, tamaño mediano. Arenas firma autógrafos a unos vecinos.

Infografías: No

Tema ERES: Si

-**Nº de veces:** 2

Conclusiones del análisis: Arenas no arriesga ante los ataques de Griñán y calla también ante las medidas de Rajoy que pueden perjudicarlo. La juez Alaya es considerada como un actor de la campaña

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 20

Fecha: 16/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Cualquier partido con 30 años en el poder degrada sus convicciones”

Antetítulo: -

Subtítulo: Arenas mantiene que “afrontará la herencia con todas las consecuencias, aunque diremos la verdad de lo que nos encontremos”. Sostiene que la rebaja fiscal se limitará de momento a quitar el de donaciones y sucesiones.

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Campaña de Arenas. Impuestos, EREs, Gobierno del PSOE

Causas: Javier Arenas hace campaña en Almería. Trata muy diversos temas. El periodista asegura que se ve presidente.

Consecuencias: -

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. Utiliza el cambio como eje principal, pero hay una diferencia con respecto a la campaña de Mariano Rajoy: no habla de pronta salida de la crisis.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si, cita textual de Arenas: “nos vamos a encontrar los cajones llenos de facturas”.

Referencias a las encuestas: Si, implícita. Tanto por parte del periodista como del propio Arenas

Fuentes:

-**Principales:** PP, Foro Joly.

-**Secundarias:**

Tipología:

-**Institucional:** PP,

-**No Institucional:** Foro Joly

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PP, PSOE,

Fotografías: Si, varias de tamaño mediano. Arenas hablando en el foro, posando con personalidades políticas y sociales y conversando con los mismos.

Infografías: No

Tema ERES: Si

-**Nº de veces:** 1

Conclusiones del análisis: Arenas se ve ganador. Habla lo que va a hacer cuando llegue al poder. No recortará en sanidad, educación o gasto social. Y habrá rebaja fiscal. Rajoy ha tenido que subir los impuestos porque se encontró una cifra de déficit falsa.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 21

Fecha: 17/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Escuredo irrumpe en campaña”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: A. Fuentes

Género: Análisis

Tema*: Día de campaña de Griñán y Arenas.

Causas: Rafael Escuredo, expresidente de la Junta aporta un tono visceral y llama gilipollas a los populares. El PP hace campaña como si estuviera en el Gobierno

Consecuencias: El PSOE la hace contraria, atacando las medidas de Rajoy.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. Arenas continua haciendo hincapié en la reducción de la administración y los altos cargos. Ahonda también en el despilfarro siempre asignado a los socialistas.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si. Fuentes del PP aseguran que obtendrán la mayoría absoluta

Referencias a las encuestas: Si, tres tipos de encuestas: la de los medios de comunicación que dan mayoría absoluta al PP, la de los socialistas que aseguran que obtendrán mejores resultados de los esperados y las de los propios populares, que consolidan la llegada al poder sin la necesidad de pactos.

Fuentes:

-Principales: PSOE, PP

-Secundarias: Medios de comunicación

Tipología:

-Institucional: PSOE, PP,

-No Institucional: Medios de comunicación

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE,

Fotografías: Si, grande. Griñán y Escuredo abrazados saludando en un mitin

Infografías: No

Tema ERES: Si

-Nº de veces: 1

Conclusiones del análisis: Escuredo intenta animar la campaña del PSOE, algo escasa de antiguos e históricos dirigentes. El PP hace campaña de gobierno, y se defiende de los ataques que se centran en las medidas de Mariano Rajoy. Hablan en futuro, sin condicional.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 22

Fecha: 18/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “El verdadero cambio es de papeles”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Día de campaña de Griñán y Arenas.

Causas: Griñán continua haciendo campaña sólo, no cuenta con el apoyo de Rubalcaba. Arenas hace lo propio con los máximos dirigentes del partido, y en calidad de ganador seguro

Consecuencias: El PSOE hace pública una encuesta que muestra unos resultados mejores para que no decaigan sus filas.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. Rajoy acompaña a Arenas. Se habla de “Marea azul”.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si. El periodista asegura que fuentes del PP reconocen que la Reforma laboral ha recortado la ventaja pero que continúan las estimaciones dentro de la mayoría absoluta

Referencias a las encuestas: Si, dos tipos. Las de los medios de comunicación y las propias del PP.

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE

-Secundarias: Medios de comunicación

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE

-No Institucional: Medios de comunicación

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE,

Fotografías: Si, grande. Arenas junto a Cospedal, ambos sonrientes en un mitin.

Infografías: No

Tema ERES: Si, fondo de reptiles

-Nº de veces: 1

Conclusiones del análisis: El PP con el apoyo de las encuestas pretende alejarse del discurso del miedo que tiene el PSOE, miedo a los recortes. Éstos, con un candidato que

no cuenta con el apoyo en actos de campaña de la dirección nacional del partido hablan de unas encuestas con mejores resultados para animar a su electorado.

NOTA: Fuentes socialistas, aseguraron al periódico que estas encuestas que mejorarían el resultado del PSOE obedecían más al intento de insuflar ánimo a sus votantes que a la realidad. Se suponían que auguraban, para Sevilla provincia un reparto de nueve diputados para el PSOE, siete para el PP y dos para Izquierda Unida. Curiosamente ese fue el resultado de las elecciones en la provincia.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 23

Fecha: 19/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Arenas elogia la sanidad andaluza”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Día de campaña de Griñán y Arenas, centrados en la sanidad

Causas: Arenas reconoce que el servicio sanitario de Andalucía no es malo. Vuelve a repetir que defenderá el derecho a la sanidad. Los socialistas atacan con que el PP quiere el copago.

Consecuencias: El PSOE haga gala del sistema sanitario que tiene Andalucía, y que con menos gasto ahoran hacen una mejor gestión.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. Arenas insiste en que no recortará derechos en sanidad. Rajoy dijo que tampoco los tocaría.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si. Se publican las últimas encuestas de campaña y todas dan más de nueve puntos de diferencia al PP sobre los socialistas.

Referencias a las encuestas: Si.

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE

-Secundarias: Medios de comunicación

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE

-No Institucional: Medios de comunicación

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE,

Fotografías: Si, grande. Griñán en un mitin junto a creadores del mundo cultural.

Infografías: No

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: La sanidad es punto fuerte de los socialistas puesto que los ciudadanos tienen una visión positiva de este servicio en la comunidad. Arenas lo reconoce, e intenta alejarse de lo que los socialistas dan por seguro: que el PP acabará con él. Las encuestas continúan en la misma línea (nueve puntos de diferencia a 6 días de las elecciones: el PSOE recortaría 8).

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 24

Fecha: 20/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “La Pepa, Pepe y el cambio”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Día de campaña. Protagonismo del acto del Bicentenario de las Cortes de Cádiz.

Causas: Al acto en Cádiz acuden los máximos dirigentes del país. Griñán está pero no habla. Rajoy compara el cambio de 1812 con el de ahora.

Consecuencias: Griñán dice que el pacto con IU no es ni mejor ni peor, pero es una solución. Valderas reconocer que el PSOE se acercará.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si. Rajoy, el cambio y las reformas necesarias.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si. El periodista reconoce que puede haber un pacto Arenas tendrá que perder la mayoría absoluta.

Referencias a las encuestas: Si.

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE

-No Institucional:

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU

Fotografías: Si, una mediana y una pequeña. En la primera Rajoy habla mientras Griñán está sentado y escucha. En la otra aparecen Rubalcaba y Arenas juntos.

Infografías: No

Tema ERES: No

-Nº de veces: -

Conclusiones del análisis: Se celebra el Bicentenario de las Cortes de Cádiz en plena campaña. El PP la utiliza para sí; fue un cambio, igual que el que ellos están llevando a cabo (y unos días después tendrían oportunidad de dar otro paso en ese cambio). Griñán habla de pacto y reconoce que es una solución (al problema de que gobiernen los populares). Valderas, por su parte, se deja querer.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 25

Fecha: 21/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Griñán asume el peso de los ERE”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Día de campaña. Protagonismo de la corrupción

Causas: Griñán reconoce que el caso de los ERE le pasará factura. Pero desde el partido piden al PP que asuman culpabilidad por el caso Palma Arena.

Consecuencias: El periodista asegura que los datos del caso ERE: “han ido estallando con perfección como bombas sincronizadas”, en referencia a la detención y encarcelación de Guerrero y su chófer.

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Si.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si. El periodista asegura que Arenas se confunde, que habla de mayoría absoluta en el aire y luego asegura que gobernará.

Referencias a las encuestas: Si. Asegura que todas las que tienen dan mayoría absoluta a los populares

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE

-No Institucional:

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU

Fotografías: Si, grande de un mitin de Arenas, donde contó con la presencia de dos ministras del Gobierno de Rajoy.

Infografías: No

Tema ERES: Si; cocaína, drogas, fiestas, regalos con el dinero de los parados.

-Nº de veces: 2

Conclusiones del análisis: Griñán asume el peso de los ERE, que le pasará factura y que perderá votantes. Pero el análisis considera que los acontecimientos judiciales han ido siguiendo el calendario político, han estado sincronizados. Arenas duda, pero en realidad sabe que gobernará, quiere dar sensación de inseguridad. Griñán cuenta con el apoyo de Rubalcaba, por segunda y última vez. Chaves no está, nadie ha invitado al último presidente de la Junta, y ganador de las últimas elecciones con mayoría absoluta.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 26

Fecha: 22/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Griñán y Arenas advierten”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Campaña

Causas: Los candidatos pasan los últimos días de campaña avisando de qué malo son sus oponentes.

Consecuencias: -

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: -

Referencias al PP como ganador de las elecciones: Si, en varias ocasiones. El periodista reconoce que en el PSOE ya se estudian acciones a tomar si pierde la Junta. Y Javier Arenas, que “toda la campaña ha ido de ganador”

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE.

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE,

-No Institucional: -

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU

Fotografías: Si, tamaño mediano. Griñán saluda cariñosamente a una persona mayor.

Infografías: No

Tema ERES: Si

-Nº de veces: 1

Conclusiones del análisis: Griñán utiliza el Gobierno central como eje de su campaña. Asegura que el PP quiere acabar con el Estado del Bienestar. Arenas, por su parte utiliza los ERES y el miedo a un pacto entre PSOE e IU.

El periodista tacha la campaña del PSOE como “extraña”, sobre todo el hecho de que Rubalcaba no aparezca en actos junto con Griñán, y hagan cada uno sus propios mítines.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 27

Fecha: 23/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Las autonómicas más generales”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Campaña, centrada en políticas generales y no autonómicas

Causas: Griñán continua hablando de las políticas del Gobierno Central y asegurando que el PP recortará derechos. Pretende convertir las elecciones en un plebiscito a Rajoy. Arenas se define como “independiente”

Consecuencias: -

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: Arenas habla de reducción la administración, y el cambio y la alternancia como claves en las democracias.

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: Si

Fuentes:

-Principales: PP, PSOE, IU

-Secundarias:

Tipología:

-Institucional: PP, PSOE, IU

-No Institucional: -

-Documental: -

-Experta: -

Lenguaje:

-T tecnicismos: -

-Extranjerismos: -

-Siglas y acrónimos: PP, PSOE, IU

Fotografías: Si, tamaño mediano. Arenas saluda en un mitin

Infografías: No

Tema ERES: Si

-Nº de veces: 1

Conclusiones del análisis: Griñán utiliza el Gobierno central como eje de su campaña, no habla de Andalucía. Arenas por su parte insiste en la alternancia. Un análisis del penúltimo día de campaña sin grandes propuestas o grandes temas. Evidencia la poca acción que tuvo la campaña.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 28

Fecha: 24/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “La marea azul contra la isla roja”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: A. Fuentes

Género: Análisis

Tema*: Resumen de lo que ha sido la campaña.

Causas: Es día de reflexión y el periodista hace un resumen de lo ocurrido durante las dos semanas de campaña. Define Andalucía como la isla roja socialista que queda de momento ante la marea azul del PP que está barriendo España y Europa.

Consecuencias: -

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No, su campaña ha estado basada en espantar los fantasmas de los recortes del Gobierno central, y en menor medida en el caso de los ERE

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: No

Fuentes:

-**Principales:** PP, PSOE

-**Secundarias:**

Tipología:

-**Institucional:** PP, PSOE

-**No Institucional:** -

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PP, PSOE

Fotografías: Si, grande. Dos carteles electorales, Arenas con el eslogan “el cambio andaluz” y Griñán con “Andalucía, por el camino seguro”

Infografías: No

Tema ERES: No

-**Nº de veces:** -

Conclusiones del análisis: Acaba una campaña que el periodista tacha de intranscendente. También califica de paupérrima la asistencia a los actos electorales. Sitúa al PP del lado de los parados y al PSOE de los empleados, puesto que asegura que los socialistas han centrado su discurso en que no habrá más destrucción de empleo por los efectos de la Reforma Laboral en Andalucía (ya hay un millón de parados). Además, resalta una vez más que Griñán apenas ha contado con dirigentes de su partido.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 29

Fecha: 25/3

Página: 6

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “La noche más decisiva”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Análisis del día de las elecciones. Los puntos más interesantes.

Causas: Planteamiento general: las posibilidades, mayoría absoluta o pacto, campaña a la contra de ambos partidos, plebiscito a las políticas de Mariano Rajoy tres meses después de su llegada al Gobierno. El futuro de los dos candidatos si no consiguen sus objetivos y la fecha de constitución del nuevo gobierno así como los posibles consejeros.

Consecuencias: -

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: Si, el periodista reconoce que están a favor de Arenas.

Fuentes:

-**Principales:** PP, PSOE, IU

-**Secundarias:** Narciso Vichavila, de Gad3

Tipología:

-**Institucional:** PP, PSOE

-**No Institucional:** Narciso Vichavila, de Gad

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PP, PSOE

Fotografías: Si, dos grandes. Griñán en un mitin de abraza a sí mismo, en un gesto de cariño hacia el público. En la otra Arenas junto a Rajoy, también en un acto similar.

Infografías: No

Tema ERES: Si

-**Nº de veces:** 1

Conclusiones del análisis: He llegado el día. La plana campaña electoral tendrá que dar sus frutos. Sólo hay dos posibles opciones, la mayoría absoluta de Arenas como apuntan todas las encuestas o el gobierno de pacto entre socialistas e Izquierda Unida. Las medidas de Rajoy en el punto de mira, algunos consideran estas elecciones como un plebiscito al nuevo Gobierno Central.

Ficha Análisis de Contenido.

Estudio de la primera noticia de la sección regional que los diarios ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Periodo del 12 al 26 de marzo de 2012

Ficha: 30

Fecha: 26/3

Página: 2

Periódico: Diario de Sevilla

Título: “Arenas vence, pero Griñán podrá gobernar con IU”

Antetítulo: -

Subtítulo: -

Firma: Juan Manuel Marqués Perales

Género: Análisis

Tema*: Análisis de los resultados de las elecciones.

Causas: Las medidas del Gobierno de Rajoy, o la maniobra de Griñán para que las autonómicas no coincidieran con las generales son algunas de las posibles causas que argumenta el periodista para explicar los resultados electorales. **Consecuencias:** -

Marcas discursivas comunes a la campaña nacional: No

Referencias al PP como ganador de las elecciones: No

Referencias a las encuestas: Si, reconoce que han fallado, que se han estrellado y que habrá que refundar la demoscopia.

Fuentes:

-**Principales:** Resultados electorales

-**Secundarias:**

Tipología:

-**Institucional:**

-**No Institucional:** Resultados electorales

-**Documental:** -

-**Experta:** -

Lenguaje:

-**Tecnicismos:** -

-**Extranjerismos:** -

-**Siglas y acrónimos:** PP, PSOE, IU

Fotografías: Si, una grande de Arenas en el balcón de su sede, tras la decepción y con varios dirigentes del partido. Una mediana de Griñán, rodeado de cargos del PSOE dando unas declaraciones.

Infografías: No

Tema ERES: Si

-**Nº de veces:** 1

Conclusiones del análisis: Diego Valderas es el gran vencedor de las elecciones. La subida de su formación fue el elemento clave para que Arenas no consiguiera los 55 diputados y se quedara con 50. El PP vuelve a ganar en Andalucía, tercera vez tras las municipales y las generales, pero esta vez no consigue tanto apoyo (40.000 votos más frente a los 400.000 que tuvo en las generales con respecto al PSOE).

“Las encuestas electorales se han estrellado, los sondeos han fallado, la demoscopia habrá que refundarla y el PSOE podrá gobernar con IU”

6.2.- Entrevistas

Entrevista a Inmaculada Jiménez, redactora de COPE Andalucía. Formó parte de la caravana electoral de medios de Javier Arenas.

Destacable:

-“Fue una mala campaña, plana, asentada sobre la confianza”

-Arenas: “Tengo mucho que perder y poco que ganar en el debate”

1.- La mayoría de las encuestas daban a Javier Arenas la mayoría absoluta, ¿Qué causas pueden explicar los resultados obtenidos?

Exceso de confianza sin duda. Arenas y el PP llevaron a cabo una campaña plana, basada en el “voy a ganar”. Intentaban no despertar el contrario, esto es, no movilizar al votante del PSOE que había decidido no hacerlo en esa ocasión por diferentes causas; la crisis, el desgaste, la política de Zapatero...

2.- La campaña electoral, ¿estaba dirigida a toda la población o sólo a los votantes del PP?

Estaba dirigida a toda la población. Arenas huyó de grandes actos, se interesó más por los pequeños con trabajadores, vecinos, colectivos...

3.- ¿Cree que influyó positiva o negativamente las primeras medidas establecidas por el gobierno de Rajoy?

Influyeron, pero no fue determinante. El arma que utilizó el PSOE fue el copago sanitario, el fantasma de los recortes de derechos que se personalizaban en Javier Arenas. Pudo influir algo, pero para nada fue determinante.

4.- ¿Se confió el Partido Popular?

Sí. Incluso a mitad de campaña hubo discrepancias internas, algunos miembros aseguraban que estaban llevando una campaña plana que podría traer consecuencias nefastas. Ante eso, Javier Arenas decidió tirar adelante, que estaban en el camino correcto. Algunas de esas discrepancias por ejemplo, estaban encaminadas a que el candidato acudiera al debate de Canal Sur.

5.- ¿Cree que existía una estrategia de campaña en el partido popular hecha para Andalucía? ¿Cómo la valora?

Sí, la campaña de Arenas no se parece demasiado a la de Rajoy en las generales o a la de Zoido en las municipales. Él estaba asentado en la confianza en la victoria. Eso se manifestó por ejemplo en lo poco que se habló de los ERE. Pese a que el PP habla

mucho del tema antes de las elecciones, cuando se acerca la campaña relaja su discurso, ve las encuestas, que la gran mayoría de ellas le otorga mayoría absoluta cómoda y se relaja. Pretendían que el votante socialista no acudiera a votar.

Es una campaña basada en “el cambio”, y tiene algunas similitudes, como la ausencia de chaqueta y corbata en muchas ocasiones para alejarse del prototipo del “señorito andaluz”, pero es vital, que por ejemplo Zoido no se confiaba en ningún momento, pese a que también contaba con el apoyo moral de las encuestas. La campaña de Zoido fue única, duró cuatro años, desde el día siguiente a las municipales de 2007, el candidato quería tener agenda desde el primer día, nunca perdió la moral.

Siempre cabe la duda de si otro candidato en Andalucía hubiera tenido otro resultado. Es curioso la frase de Arenas en el balcón de la sede popular, en la calle San Fernando: “hasta aquí hemos llegado”. No se esperaba ese resultado y decide ya ahí tirar la toalla.

6.- ¿Cree que la “derrota” del PP fue por la buena campaña de PSOE e IU o por fallos en la suya propia?

La campaña del PSOE fue también muy plana, fue mala para su situación. Incluso peor que la del PP. Es curioso como los compañeros de la caravana del PSOE tenían algunas tardes libres, impensable en otras campañas electorales, o en nuestro equipo en el PP. Griñán estaba cansado y sólo. Además sólo habla de política nacional, de las medidas de Rajoy. No se centra en Andalucía, le interesa más agrandar la imagen del fantasma de los recortes. Izquierda Unida simplemente se benefició del descarte, era el partido que quedaba a los socialistas desencantados que no iban a votar en ningún momento al PP.

7.- ¿Cree que afectó el hecho que Arenas declinara la invitación al debate de Canal Sur? ¿Por qué cree que no quiso asistir al debate?

Sí, marcó un antes y un después en la campaña. No acudió por el exceso de confianza. Él mismo nos dijo que “tenía mucho que perder y poco que ganar”. Era un partido de dos contra uno. Y ya te digo, que hubo un debate dentro del partido sobre si debía acudir o no.

8.- ¿Cuál considera que fue el principal fallo del PP-A en las elecciones andaluzas?

Exceso de confianza y una campaña plana, poco incisiva. Darle demasiado crédito a las encuestas, que eso, son sólo encuestas. Hay mucho voto oculto, o voto del miedo.

Fuera de las preguntas, y como anécdota, la periodista asegura que todos los periodistas que cubrieron la campaña hicieron dos días antes de las elecciones una porra de resultados. De aproximadamente unas 20 personas, tan sólo una optó por apostar por un posible pacto entre PSOE e IU. Todos los demás apostaron por un PP con más de 55 diputados en las elecciones. Todos fallaron, excepto un cámara de Canal Sur.

Entrevista a Laura Montes, redactora de ABC Punto Radio. Formó parte de la caravana electoral de medios de Javier Arenas.

Destacable:

-“Las medidas de Rajoy afectan al bolsillo de los españoles, el dinero defraudado en los ERE no, los ciudadano no lo notan”

-“Rajoy fue lo peor para la campaña del PP”

1.- La mayoría de las encuestas daban a Javier Arenas la mayoría absoluta, ¿Qué causas pueden explicar los resultados obtenidos?

Es difícil saberlo. Hasta minutos antes de conocerse el resultado final había ambiente de “esto es nuestro”. Antonio Sanz, al conocerse los primeros datos dijo que el cambio había llegado (los primeros datos del recuento daban la absoluta al PP). A los 10 minutos cambiaron los datos y se tuvo que callar.

Son varios aspectos a tener en cuenta como causas; el debate, Arenas se equivocó y debería haber ido, el asunto de los ERE, que no lo utilizaron todo lo que lo podían haber hecho. También pecaron de confianza, iban de favoritos pero las encuestas podían equivocarse, como así finalmente ocurrió. El ciudadano que dijo a las encuestas que votaría al PP luego se quedó en casa y no votó

2.- La campaña electoral, ¿estaba dirigida a toda la población o sólo a los votantes del PP?

A todos los sectores sí, a todas las edades también. Quizá es destacable que eran mítines cerrados, no en la calle. Se hacían en salones de actos y sólo iban los afiliados al partido de la localidad de turno, no eran abiertos en la calle donde cualquier ciudadano podía acudir. Fueron pocos los actos en espacios abiertos. Los ciudadanos no podían pararlo (a Arenas) por la calle para hablar.

3.- ¿Cree que influyó positiva o negativamente las primeras medidas establecidas por el gobierno de Rajoy?

Si, por supuesto. El votante se ciñe en la política general, el Presidente del Gobierno es el culpable de todo. Se utilizó mucho por parte del PSOE que los presupuestos generales del Estado se presentaban después de las elecciones, dando a entender que vendrían más recortes por parte del PP.

4.- ¿Se confió el Partido Popular?

Sí, iba confiado un poco. Los periodistas de la campaña teníamos una porra, y prácticamente todos le dábamos la mayoría absoluta al PP. También afectaba que era la cuarta vez que se presentaba, y en Andalucía Arenas tiene el cartel de señorito. Se fijó en la campaña de Zoido, de estar en la calle. Pero Zoido tiene carisma, y Arenas carece de él. Además el alcalde es juez, mientras que Arenas es sólo político. Y el alcalde de Sevilla cae bien, mientras que el entonces candidato no.

5.- ¿Cree que existía una estrategia de campaña en el partido popular hecha para Andalucía? ¿Cómo la valora?

Era la misma, no se hizo nada especial dedicado a Andalucía. Como anécdota, en un mitin en Granada vino Cospedal, y con ella compañeros periodistas de Castilla la Mancha. Ellos nos dijeron que la número dos del PP estaba diciendo lo mismo que en su campaña para ser presidenta autonómica (en mayo de 2011).

Lo hicieron mal porque deberían haber utilizado más el caso de los ERE, y finalmente no lo hicieron. Aunque en Andalucía hay una concepción con respecto a este caso: un día un taxista nos dijo, a un compañero de Madrid y a mí, que Rajoy atacaba a la economía de todos, al bolsillo de todos con sus medidas. El caso de los ERE que afectaba a Griñán y al PSOE no era así, los ciudadanos no lo notaban. Que roben fondos no afecta a los ciudadanos.

6.- ¿Cree que la “derrota” del PP fue por la buena campaña de PSOE e IU o por fallos en la suya propia?

La campaña del PSOE fue malísima. No defendían nada, apenas hablaban de su gestión. Arenas dio varias vueltas a Andalucía, tenía actos por la mañana en Huelva y por la tarde en Almería, y varios actos al día. Griñán no lo hizo, tuvo mucha menos agenda, nuestros compañeros que iban en la caravana del PSOE tenían más tiempo libre. Además allí tenían ambiente pesimista, no era bueno. No tenía nada que ver con el optimismo que teníamos en el PP. Tuvieron una campaña mala, mucho más tranquila, de pequeños pueblos y centrada, sobre todo en las medidas del Gobierno Central.

7.- ¿Cree que afectó el hecho que Arenas declinara la invitación al debate de Canal Sur? ¿Por qué cree que no quiso asistir al debate?

Afectó negativamente. Fue un gran error. Podían haberlo ganado, tenía el tema de los ERE para ganar y quedarse con la opinión pública. No fue por su posición de crítica de Canal Sur, no era coherente ir cuando llevaba mucho tiempo criticándola. Además pensaba que no les hacía falta ir, tenían a todas las encuestas de su parte.

8.- ¿Cuál considera que fue el principal fallo del PP-A en las elecciones andaluzas?

Creerse ganadores, tenían demasiado ambiente positivo. Se pasó por alto la clase obrera, quizá deberían haber sido más humildes. También fue un fallo importante el debate. Y Rajoy fue uno de los principales errores, digámoslo así, le vino muy mal al PP-A.

Nunca han tenido tan cerca la Junta de Andalucía y ahora la van a tener más lejos. Perdieron una oportunidad de oro. Y ahora el PP-A no tiene fuerza. Zoido vale para Sevilla, no para Andalucía. Ni está a gusto ni quiere estar.

Entrevista a Isabel Pedrote, redactora del diario El País. Formó parte de la caravana electoral de medios de Javier Arenas.

Destacable:

-“En el PP se estaban repartiendo los cargos, y en San Telmo haciendo las maletas. Quien diga lo contrario miente como un bellaco”

1.- La mayoría de las encuestas daban a Javier Arenas la mayoría absoluta, ¿Qué causas pueden explicar los resultados obtenidos?

En Andalucía es difícil que el PP gane, es más de izquierda. La derecha lo tiene muy difícil en la comunidad porque tiene su imagen pegada a la imagen de los latifundios, de los señoritos andaluces... No consiguen tener imagen de modernidad. Y son varias las causas que pueden considerarse. Esta es una de ellas. Por un lado estaban demasiado seguros de que iban a ganar con mayoría absoluta. En el PP estaban repartiéndose cargos y en San Telmo haciendo las maletas... Pero las encuestas son eso, encuestas. Es curioso, en el análisis de los datos del día después, la gran abstención que se produjo en la costa del Sol, zona en la que el PP siempre gana. Pero esta vez estaban demasiado confiados.

Por otro lado fue vital que Griñán no hiciera coincidir las autonómicas con las generales. Su partido a nivel estatal sí quería que coincidieran para movilizar a más gente, pero él sabía que no podía hacerlo porque perdería. Pensó que las medidas que tomaría Rajoy le beneficiarían como así finalmente ocurrió. Griñán sabía que debido a la gran crisis el nuevo Gobierno tendría que hacer retrocesos en el Estado del Bienestar y eso, sería una ventaja para él porque la población tendría miedo.

2.- La campaña electoral, ¿estaba dirigida a toda la población o sólo a los votantes del PP?

Quiso hacerla parecida a la de Rajoy, aunque tiene una personalidad totalmente opuesta a la del Presidente del Gobierno. Rajoy no opina, simplemente contesta con sentido común. Arenas es hábil, contesta y opina, e intentar estar bien con todo el mundo, y eso es prácticamente imposible. Sabía que una campaña de derecha molestaba en Andalucía, por lo que intenta hacerla sin molestar demasiado a la izquierda. No fue una campaña mala pero no pudo cambiar las circunstancias.

La campaña del PP se basó en tres puntos: paro, despilfarro y corrupción. Fue demasiado intenso con los ERE, no había acto en el que no se hablara de ellos, ya fuera él u otros dirigentes del partido. Pero quizá eso no lleve a la gente a las urnas.

3.- ¿Cree que influyó positiva o negativamente las primeras medidas establecidas por el gobierno de Rajoy?

Si, muchísimo. Arenas intentó que ningún ministro hablara, que no se adelantaran medidas hasta después de las elecciones andaluzas, pero no lo consiguió. Si lo pudo hacer con la ley de presupuestos, que descaradamente se presentaron unos días después de las elecciones, pero ya estaba la reforma laboral presentada, ya estaban los recortes a los funcionarios anunciados. Ana Mato ya se había reunido con los consejeros de

sanidad de las comunidades autónomas para sondear respecto al copago de determinados medicamentos. Y eso lo utilizó el PSOE.

Arenas no consiguió su objetivo y eso le perjudicó mucho. Al igual que le benefició a Griñán. La realidad malísima del Gobierno Central se comió la campaña de Arenas.

4.- ¿Se confió el Partido Popular?

Totalmente. Todo el mundo, incluso en el PSOE estaba seguro que el PP obtendría la mayoría absoluta, y quien diga lo contrario miente como un bellaco. Por eso Griñán y los suyos lo celebraron como una gran victoria, aunque realmente era más bien pírrica.

5.- ¿Cree que existía una estrategia de campaña en el partido popular hecha para Andalucía? ¿Cómo la valora?

No hecha especialmente para Andalucía. El candidato pudo estar en entredicho, Arenas tiene la imagen de “señorito andaluz” establecida y no puede alejarse de ella. La imagen en el hotel “Palace”, con un limpiabotas arrodillado limpiándole los zapatos le persigue, y no puede alejarse de ella. Andalucía es muy de izquierdas y teme a ese tipo de personajes.

6.- ¿Cree que la “derrota” del PP fue por la buena campaña de PSOE e IU o por fallos en la suya propia?

No, las campañas no deciden nada, tan sólo algunos votos indecisos que quedan. El PSOE dice que hizo una campaña buena, pero no fue así. Los sindicatos se implicaron mucho, y aunque no pidieron el voto expresamente para el PSOE si alertaron de los peligros que para los derechos de los trabajadores podía acarrear la llegada del PP con mayoría absoluta. De hecho convocan para unos días después la huelga general contra la reforma laboral. Por tanto movilizan a los trabajadores. Arenas pidió a Rajoy que retrasara las reformas, pero éste no podía hacerlo, porque el rescate por parte de Europa no estaba lejos.

7.- ¿Cree que afectó el hecho que Arenas declinara la invitación al debate de Canal Sur? ¿Por qué cree que no quiso asistir al debate?

Si, fue un error absoluto. Muy negativo, Arenas lo hubiera ganado, pero tenía miedo escénico. Tenía mucho miedo al caso Gurtel.

Parte del equipo de campaña le aconsejó que fuera, sobre todo los profesionales de comunicación y de estrategias electorales. Otra parte le dijo que no fuera. Y como él no quería ir, pues no fue. Encontró amparo en los pelotas aduladores que tienen todos los políticos que le dijeron: “muy bien Javier”.

Griñán quería que fuera. No tenía nada que perder y sí mucho que ganar.

8.- ¿Cuál considera que fue el principal fallo del PP-A en las elecciones andaluzas?

Abusar del caso de los ERE, hicieron una campaña destructiva.

Entrevista a Diego Taverro, redactor de la agencia EFE. Formó parte de la caravana electoral de medios de Javier Arenas.

Destacable:

-“Es probable que la campaña desmovilizara al electorado del PP por el exceso de confianza”

-“La campaña fue baja, pretendiendo que fuera la inercia la que ganara las elecciones, sin dar una voz más alta para no salirse de ese camino”

1.- La mayoría de las encuestas daban a Javier Arenas la mayoría absoluta, ¿Qué causas pueden explicar los resultados obtenidos?

Muchísimas causas. Tanto en la previa como en la propia campaña electoral contaba con todas las encuestas apuntando la mayoría absoluta. Yo destacaría que las encuestas no son todo lo fiable que apuntan, no reflejan lo que piensa la ciudadanía. Hay gente que miente, quizá habría que cambiar la demoscopia.

El detonante principal del fracaso de Arenas creo que fueron las medidas de Rajoy, sobre todo la reforma laboral. Griñán fue listo por dejarlas en marzo, su partido no estuvo de acuerdo, quería que coincidieran. Pero él sabía que le beneficiaría separarlas, y finalmente así fue. Esa fue la principal causa. PSOE e IU aprovecharon esta circunstancia, además de los sindicatos, que aunque no pidieron el voto para nadie si formaron parte activa de la campaña, de hecho tenían convocada una huelga general pocos días después. Hicieron ver que Rajoy era el principio de algo malo que también estaba a punto de llegar a Andalucía.

Otra causa, posiblemente fuera el exceso de confianza, tanto del partido como de los propios electores del PP. Fue mucha la abstención de este sector antes las negativas e impopulares medidas que estaba tomando el Gobierno de Rajoy.

2.- La campaña electoral, ¿estaba dirigida a toda la población o sólo a los votantes del PP?

Independientemente de que luego no se cumplan los programas electorales, éstos y las campañas tocan todos los sectores y todos los palos. En esta campaña hubo mucho de empleo y de crisis. Pero sí, llegaban a todos los ciudadanos. Estaba, eso sí, contaminada por el caso de los ERE. Lo ocupaba todo.

Sí es cierto que esta campaña tuvo un perfil más bajo, por la situación de las encuestas y la confianza que tenía el partido. Iban tan bien, que pretendían no romper la inercia, no querían moverse demasiado ni salirse del guión para no cambiar esa inercia, ese camino que les llevaba directo a la victoria.

3.- ¿Cree que influyó positiva o negativamente las primeras medidas establecidas por el gobierno de Rajoy?

Muy negativamente. Salió el copago, les costaba trabajo zafarse de la pregunta diaria de este tema. Había avanzado mucho el Gobierno de Rajoy, más de lo que Arenas hubiera querido

4.- ¿Se confió el Partido Popular?

Sí, el PP estaba muy confiado de su victoria. También sus votantes.

5.- ¿Cree que existía una estrategia de campaña en el partido popular hecha para Andalucía? ¿Cómo la valora?

La estrategia del PP era ganarlo todo. Las municipales fueron una patada a Zapatero, de la mano de los alcaldes. Se hizo un mensaje nacional, la crisis es de Zapatero. Luego le tocó al turno de Rajoy, he hizo lo propio, desbancar al culpable de todo, Zapatero. Y luego tocaba Andalucía, era el siguiente paso.

Arenas intentó frenar en el tiempo las medidas de Rajoy. Él siempre ha sido un hombre influyente en el partido, y lo intentó: “no me saques artillería que me hundes”. El objetivo de Rajoy no era fastidiar a Andalucía, pero tenían una hoja de ruta que no podía esperar. Europa presionaba para que se tomaran medidas, de otra forma no las hubieran tomado con tanta celeridad, y ahora estaríamos de otra forma. No podía dejar de hacerlo sólo porque el PP perdiera en Andalucía. Aún así consiguió algunos retrasos, como el de la presentación de los Presupuestos Generales, que fueron después de las elecciones. Pero el daño ya estaba hecho.

6.- ¿Cree que la “derrota” del PP fue por la buena campaña de PSOE e IU o por fallos en la suya propia?

La del PP fue con el freno de mano echado, todo parado para no forzar ninguna situación. La del PSOE no fue un éxito, nadie daba un duro por ellos. A Griñán lo esperaban en su partido con el cuchillo preparado, pero se tuvieron que esconder. El PSOE, se encontró con los regalos de las medidas del Gobierno. Se comparó con él, aprovechándose de ello

7.- ¿Cree que afectó el hecho que Arenas declinara la invitación al debate de Canal Sur? ¿Por qué cree que no quiso asistir al debate?

Al principio pensé que no. Pero luego creo que sí. No sé por qué vota la gente, si es por corazón, por tradición o porque un candidato es más guapo. Y dentro de esa diversidad el debate afectó. El PP tiene la teoría que Canal Sur les putea. Como todos los partidos de oposición de las comunidades autónomas. Y es verdad. Pero fue un error no acudir. Aunque podía tener razón, pero finalmente todo acaba en la imagen de un sillón vacío y las palabras de los otros candidatos diciendo que es una falta de respeto a los andaluces no acudir. Impacta más un “yo no voy” que el motivo en sí. Y fueron varios días en la campaña en los que perduró el asunto. Quizá si hubiera tenido el aval de las encuestas si hubiera ido.

8.- ¿Cuál considera que fue el principal fallo del PP-A en las elecciones andaluzas?

Confianza, el exceso de confianza y dar por hecho que estaban ganadas las elecciones. No creo que Andalucía tenga que otra a un partido, no creo que el PP no pueda ganar tenga el candidato que tenga, pese a que muchos lo digan. Fueron varios fallos.

Las encuestas funcionaron como fallo para el PP, relajó mucho incluso al electorado. Por otra parte, podría haber hecho una campaña más agresiva. Relajó el discurso de los

ERE pero sólo Arenas, porque su equipo si continuó con ellos. Y las medidas de Rajoy, no fueron culpa de Arenas pero le afectaron, y mucho. En noviembre, Arenas habría arrasado. Es probable que la campaña desmovilizara al electorado, por el exceso de confianza.

Comentario: “Fuentes del PP me enseñaron encuestas tres días antes, que sin duda alguna otorgaban mayoría absoluta”

6.3.- Encuestas

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 51

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 39

Sexo: H

Estudios: Medios

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 24

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? No

-¿Votó a Javier Arenas?

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

Sí

Edad: 55

Sexo: H

Estudios: Básicos

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 29

Sexo: M

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

Sí

Edad: 34

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

Sí

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 28

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 22

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? Sí

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 21

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 21

Sexo: M

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 60

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 29

Sexo: M

Estudios: Básicos

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Si

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 24

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 69

Sexo: M

Estudios: Medios

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 24

Sexo: M

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? Sí

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 40

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 45

Sexo: M

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? Sí

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

Sí

Edad: 59

Sexo: H

Estudios: Medios

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 49

Sexo: H

Estudios: Básicos

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 54

Sexo: H

Estudios: Medios

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

Sí

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 37

Sexo: H

Estudios: Básicos

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 20

Sexo: H

Estudios: Medios

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 35

Sexo: M

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 59

Sexo: H

Estudios: Medios

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 41

Sexo: H

Estudios: Básicos

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 52

Sexo: M

Estudios: Básicos

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Sí

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? No

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 29

Sexo: M

Estudios: Medios

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Edad: 72

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? Si

-¿Votaste el 25 de marzo? Sí

-¿Votaste a Javier Arenas? Sí

-¿Votó en blanco?

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? Sí

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? No

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? No

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

No

Encuesta.

Javier Arenas, el Partido Popular andaluz y las elecciones autonómicas de 2012

Edad: 62

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

Sí

Edad: 24

Sexo: H

Estudios: Superiores

1.- ¿Se considera simpatizante del PP? No

-¿Votó el 25 de marzo? Sí

-¿Votó a Javier Arenas? No

-¿Votó en blanco? No

2.- ¿Cree que con Arenas se hubiera producido un cambio en Andalucía? No

3.- ¿Afectó en su decisión del voto las medidas del Gobierno Central? Sí

4.- ¿Cree que al PP le benefició el caso de corrupción de los ERE de la Junta? Sí

5.- ¿Cree que afectó que Arenas se presentara por cuarta vez? Sí

6.- ¿Afectó en su decisión el hecho de que Arenas no acudiera al debate de Canal Sur?

Sí

