

MORIR DE ÉXITO

Las técnicas y estrategias electorales del PSOE como factor explicativo de su triunfo en las urnas. La campaña de 1882 como culminación de un éxito

Jorge Díaz-Delgado Leza

Las elecciones de octubre de 1982 suponen un éxito sin paliativos del PSOE y el inicio de su etapa como partido de gobierno. Este triunfo, sin embargo, no nace por generación espontánea: es el resultado de un proceso que se inicia en las elecciones de 1977 y que se divide en dos fases principales.

La primera fase transcurre entre los años 1977 y 1979 y supone la conquista del espacio político de la izquierda a costa del PCE.

La segunda, de 1979 a 1982 en la del espacio político de centro, esta vez a costa de la UCD.

La tesis que se pretende defender en esta comunicación es que el dominio de las técnicas electorales por parte del PSOE, así como la capacidad de las campañas para conectar con la sensibilidad social del momento, suponen un factor de primer orden para explicar este éxito, así como el incuestionable triunfo del partido frente a sus rivales. Por ello, se analizarán las campañas electorales de las primeras convocatorias de la Transición y, de manera especial, la de octubre de 1982.

No obstante, sería simplista atribuir al acertado planteamiento de las campañas electorales la causa fundamental de los hechos que se pretende explicar.

La renovación ideológica del PSOE a partir de 1978, así como las importantes debilidades de sus dos oponentes principales (el PCE primero y la UCD después) constituyen cuestiones de importancia vital para comprender los hechos.

Entre 1972 y 1977, tiene lugar dentro del partido una etapa de crecimiento y fortalecimiento interno, que resultó dura y difícil a causa de la clara hegemonía del PCE en el espacio político de la izquierda durante aquellos años. Sin embargo, paulatinamente, el PSOE logra una cierta implantación en la sociedad española. Conseguido este primer objetivo, entre 1977 y 1979, el partido se lanza a la batalla electoral:

Tres meses antes de las elecciones, ante un grupo numeroso de periodistas extranjeros, dije que calculaba alrededor de 100 diputados. Los periodistas se rieron de mí, pero no más de lo que se rieron en la dirección del partido, que calculaban que conseguiríamos diez o doce diputados. La vida, vista desde ahora, parece increíble.

Dijimos: “Vamos a tener entre el 24% y el 30% de los votos”, y se reía todo el mundo. Tuvimos el 29,3%¹

De este modo relata el dirigente socialista Alfonso Guerra la sorpresa que supuso para todo el mundo, e incluso para los mismos socialistas, el incuestionable éxito electoral del PSOE durante las primeras elecciones democráticas de 1977.

Con la llegada de la democracia y, por lo tanto, de las votaciones, el PSOE cosecha rotundos y e inesperados éxitos: 29,3 % y 118 escaños en las primeras elecciones de 1977 y 30,4% y 121 escaños en las generales de 1979. Mientras, su principal competidor, el PCE, se queda solamente en torno al 10% de los votos en ambas convocatorias, muy por debajo de sus expectativas iniciales. Podríamos decir que, durante este periodo, el PSOE consigue llevar a cabo con éxito la primera fase de un proceso que culminará en 1982: la conquista del espacio político de la izquierda.

No deja de resultar curioso y enigmático que el PCE, pese a ser el partido obrero más numeroso (con más de 200.000 militantes en 1977 y 170.000 en 1979), controlar la central sindical mayoritaria (Comisiones Obreras) y mantener una fuerte presencia en la calle, llegara a conseguir tan magros resultados en relación a su competidor principal. Es aquí pues donde entra el análisis de la imagen electoral de ambos partidos para contribuir, en alguna medida, a arrojar alguna luz sobre el “misterio”.

Es muy posible que el profundo conocimiento de “marketing electoral” por parte del dirigente socialista Alfonso Guerra, así como su interés por crear dentro del partido grupos dedicados a trabajar este tema, ayudara más de lo que se piensa al éxito electoral del PSOE cuando llegaron las votaciones democráticas. Él mismo relata sus comienzos en una entrevista bastante interesante y clarificadora²:

Empecé en el año 70, cuando el dictador estaba entero, ni flebitis ni nada. Creé un grupo de técnicas electorales- dentro del partido todos se reían de mí – (...) Empezamos a trabajar, visitamos grupos de trabajo de los partidos europeos. Y conseguimos unos conocimientos que supusieron una ventaja técnica en el momento en que hubo elecciones.

¹Soledad ALAMEDA, *Entrevista a Alfonso Guerra. Memoria de la Transición*, Madrid, EL PAÍS , 1996 p159

² Id. *Ibíd.* p 158

También, en la misma entrevista, el líder relata cómo en este sentido, trataron de innovar y de abordar el asunto desde una óptica rompedora, moderna y, hasta cierto punto, vanguardista, como en el caso del cartel del XXVII Congreso ³ (ver cartel 1. PSOE).

Pero tal vez el momento más interesante de la entrevista tiene lugar cuando relata que, antes de las primeras elecciones, casi todos en el partido socialista pensaban que el PCE obtendría más votos que ellos. Sin embargo, él supo inmediatamente que no sería así sólo con echar un vistazo a sus carteles electorales.

Al ver su campaña electoral, desde el punto de vista de la imagen, supe que sacarían poco. Su cartelería era triste: en el momento de la irrupción democrática hacen carteles negros. Nosotros dimos una visión muy alegre: Felipe con una camisa de cuadros; sacamos a los niños, hijos de los compañeros⁴.

Y efectivamente, sólo con echar una rápida ojeada a los carteles de ambos partidos pertenecientes, primero, a las elecciones de 1977, constatamos que Alfonso Guerra tenía toda la razón. Para empezar, los carteles del PSOE durante esta convocatoria electoral (ver cartel 2 y cartel 3. PSOE) son tremendamente luminosos. La luz siempre ha tenido para los seres humanos una simbología muy clara y directa con unas connotaciones siempre positivas: ha simbolizado la verdad, el conocimiento, la felicidad etc. En la literatura y la pintura místicas siempre se la ha relacionado con la divinidad, que es la fuente del amor y de la dicha absolutos. No en vano a los grandes místicos y ascetas se les llamó iluminados. Esta idea la luz como símbolo de lo absoluto ha pervivido hasta nuestros días. También son carteles con una gran capacidad de llamar la atención, a veces por su viveza (ver cartel 2 y cartel 3. PSOE), a veces por su incuestionable originalidad y modernidad (ver cartel 1. PSOE).

A este respecto, si analizamos el cartel del amanecer y el puño y la rosa (ver cartel 2. PSOE) constatamos que, como ya observó Alfonso Guerra, se trata de un dibujo de intensos colores y con una capacidad enorme de transmitir optimismo y alegría. Pero no sólo eso: la imagen juega acertadamente con los símbolos y es capaz de emitir muchos mensajes. Tal vez podríamos decir que, como toda obra de arte, a cada persona puede sugerirle cosas diferentes, pero sin ninguna duda todas ellas buenas. Es muy luminoso, al menos en su parte central. Como ya hemos comentado, son muchas las simbologías positivas relacionadas con la luz. El que el puño y la rosa emerjan frente al sol del amanecer, es una forma de equipararles con éste. Como si el dibujante hubiera pintado una metáfora: el Partido Socialista es el sol del amanecer que disipa las sombras de la noche. Por lo tanto, lo que puede querer decirnos es muy simple: si

³ Id. *Ibidem*. p 159

⁴ Id. *Ibidem*. p 159

votas al PSOE, emergerá una nueva era de cambios positivos para todos y saldremos definitivamente de una “noche” que, evidentemente, puede significar miles de cosas (nuestro pasado franquista, el atraso estructural del país etc.)

Así pues, podemos pensar que los socialistas rescatan simbologías ancestrales renovándolas y actualizándolas, para transmitir al votante moderno mensajes similares en lo esencial a los de la antigüedad, pero dándoles en esta ocasión una lectura de tipo político.

A este respecto, la historiadora del arte Françoise Barbe-Gall, escribe respecto a la simbología del sol en la pintura religiosa:

*Fuente de luz y de calor, el sol es en principio un símbolo de vida en todas las civilizaciones (...) Este sol “invictus” (sol invencible) marcaba el triunfo del día sobre la noche y, por lo tanto, de la vida sobre la muerte, y a veces el nombre dado al mismo Cristo al que se llama “Sol Justitae” (sol de justicia)*⁵

Algo parecido podría decirse del cartel que representa al grupo de personas con Felipe González en el centro (ver cartel 3. PSOE). De nuevo los colores vivos y luminosos así como un manejo acertadísimo de los símbolos: primero el de la luz, que lo envuelve todo, y el sol del amanecer, en los que ya nos hemos detenido. Después, el grupo de personas del primer plano que se agarran por los hombros, en una clara significación de la unidad. El primero de ellos, empezando por la izquierda, representa al obrero industrial, con la fábrica al fondo para que no nos quepa ninguna duda. El segundo, el hombre de la mar, con su barco también al fondo. Saltándonos a Felipe González, José Ramón, el dibujante del cartel, que es a su vez símbolo del profesional liberal que vive en las ciudades. Por último, frente a unas tierras de labor con unos árboles, aparece la trabajadora del campo. Así pues, todos los trabajadores unidos, tanto los del campo, como los de la ciudad, como los de la fábrica o el mar, solucionaremos los problemas del país con la ayuda del gobierno del PSOE y de su líder, Felipe González, un líder que se pone al mismo nivel que nosotros pues es, simplemente, un trabajador más que se ocupa del bien de todos los trabajadores: se trata por lo tanto de alguien cercano, que de verdad conoce los problemas de la gente común y que es por ello capaz de solucionarlos.

Frente a estos carteles tan bien diseñados, plagados de simbologías, capaces de transmitir alegría, optimismo y diversos mensajes a la vez, contrastan los carteles de los candidatos del PCE, sus más directos competidores electorales (ver carteles 1, 2 y 3. PCE), que no dicen prácticamente nada. Para empezar, los colores son tan apagados tristes y sobrios que debieron, en su momento, llamar bastante poco de atención. Por otro lado, tienen una capacidad nula de transmitir mensajes más allá de lo evidente. ¿Qué podemos decir de estos grupos de

⁵Francoise BARBE-GALL, *Comprender los símbolos en la pintura*, Barcelona, Lunwerg Editores, 2007.p 28.

candidatos al congreso, salvo que parecen unos señores y señoras muy simpáticos, pues todos ellos y ellas parecen sonreír mucho? Luego está lema electoral que se repite en todos: “Votar comunista es votar democracia” y después los nombres y las profesiones de los candidatos y candidatas. Pero, como hemos visto, los del PSOE no necesitan ningún lema ni ningún nombre de candidato para decirnos muchísimas cosas. Tal vez los directores de campaña socialistas fueron de los primeros en comprender que, muchas veces, una imagen vale más que mil palabras y que con poner “Vota PSOE” era más que suficiente. Podemos decir lo mismo del resto de los carteles del PCE que aluden a los trabajadores fabriles, los jornaleros del campo o la educación pública (ver carteles 5 y 6 PCE): simples fotos de cada uno de los temas a los que se hace referencia que no nos dicen gran cosa, impresas para colmo, bajo gamas de colores apagados y tristes.

Una comparación muy similar podría establecerse respecto a los carteles de ambas formaciones políticas pertenecientes a las elecciones municipales de 1979. Si observamos los del partido socialista (ver carteles 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10. PSOE), lo primero que podemos decir es que están aludiendo claramente a la ciudad (o el pueblo) ideal para vivir para cualquier persona, y que se hará realidad tras la llegada del PSOE al poder de los ayuntamientos. Podemos pensar que se trata de unos carteles con una capacidad arrolladora de conectar con la sensibilidad de la gente de aquellos años. No olvidemos que las ciudades habían crecido de forma rápida y brutal en España desde los años 60, a merced de la especulación urbanística, la mayor de las veces con una carestía total de espacios libres y de equipamientos. Como comenta el geógrafo José Estébanez Álvarez:

*Las ciudades españolas, durante el periodo de fuerte crecimiento, se desarrollaron sobre la base de una política de concesión de licencias que superaban la altura permitida, lo que favoreció la verticalización excesiva de la ciudad, tanto en el centro como en la periferia. Otras veces, los ayuntamientos, al margen del plan concedían licencias en el suelo de reserva urbana sin elaborar planes parciales. (...) De este modo, se duplicaba y triplicaba la edificabilidad prevista y no se dejaba espacio vacante para los servicios públicos previstos en la ley del suelo (escuelas, parques, aparcamientos...)*⁶

Unas ciudades, por lo tanto, en las que muchos de sus nuevos habitantes, sobre todo los pertenecientes a las clases trabajadoras, sufrían, a causa de todo esto, de una pésima calidad de vida. No olvidemos a este respecto, la emergencia y la importancia del movimiento vecinal en aquellos años.

⁶ José ESTÉBANEZ ÁLVAREZ, *Las ciudades: morfología y estructura*, Madrid, Síntesis, 1991. p 125

Los carteles están mostrando pues a estos trabajadores la imagen de la futura ciudad, tan diferente de la que sufren todos los días, que es posible conseguir si votan al partido socialista: la ciudad del urbanismo ordenado, de los equipamientos deportivos y culturales, de la rehabilitación de los centros históricos, de los parques y zonas verdes y, finalmente, de la armonía con la naturaleza: sin duda alguna, otra forma de conectar muy adecuadamente con la sensibilidad de aquellos años. A este respecto, destacar el fuerte sentido medioambiental de los carteles; todos ellos están plagados de elementos de la naturaleza como árboles o pájaros: el color verde nos abruma, la naturaleza está por todas partes conviviendo en completa armonía con las actividades humanas. Los años 70 del pasado siglo son los años de emergencia del movimiento medioambiental en todo el planeta. Los desequilibrios causados por el fuerte crecimiento que tuvo lugar después de la segunda guerra mundial, hacen tomar conciencia a cada vez más gente de la finitud de los recursos del planeta y de que el desarrollo económico humano debe tener límites. Son los años en los que se publica el informe del Club de Roma “Los Límites del Crecimiento”, nace y se desarrolla la organización ecologista internacional *Green Peace* y Los Verdes Alemanes logran sus primeros éxitos políticos y electorales.

Por último, poner de relieve su fuerte sentido democrático en su lema “cambia tu ciudad (o tu pueblo) con los socialistas” que apela claramente a la participación de todos los ciudadanos y ciudadanas en la mejora de las poblaciones. Prestemos atención en que no nos están diciendo vótanos y cambiaremos la ciudad nosotros, como una simple delegación del poder, si no vótanos y favoreceremos que se pueda cambiar entre todos. Podemos pensar pues que este lema conectaría también muy bien con los deseos democráticos de gran parte de la sociedad de aquellos años, y especialmente con el dinámico y numeroso movimiento vecinal: gentes con ganas de cambiar muchas cosas en su entorno cercano a través de la participación política. Sin embargo, el lema del PCE (ver carteles 7 y 8. PCE) “pon tu voto a trabajar”, transmite más bien una idea de delegación a través del voto, por lo que podemos pensar que conectaría menos con la gran sensibilidad democrática de la ciudadanía de aquellos años.

Respecto a los elementos simbólicos de los carteles socialistas, observamos que se sigue utilizando en todos la luz y la luminosidad, con todos los simbolismos asociados a ellas que ya hemos comentado, así como su transmisión de determinadas sensaciones (alegría, optimismo...). También el sol y el amanecer, o la sensación de que estamos en ese momento del día (ver carteles 4, 5, 6, 7 y 11. PSOE), con todas las simbologías a ellos asociadas desde tiempo inmemorial (triumfo del día sobre la noche, de la vida sobre la muerte, del progreso sobre el oscurantismo etc.)

Pero junto a éstas, creo que es importante destacar dos más de manera especial: la del árbol y la del pájaro. (ver carteles 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10. PSOE)

Prácticamente en las civilizaciones, el árbol evoca la potencia vital y la renovación cíclica. Integra tres mundos, el subterráneo, el terrestre y el aéreo, marcándose así la unidad básica de la creación: al mismo tiempo imagen de los fundamentos, gracias a sus raíces, y de la voluntad de elevación por el empuje de sus ramas, indica la presencia en el mundo de la vida. Puede así constituir el modelo ideal de lo humano: a la vez materia y espíritu, salido de la tierra y llevado a superarse para alcanzar la luz de las alturas⁷.

Por lo tanto, la presencia de los árboles, en este caso, evocaría la voluntad de vida, de superación, de crecimiento, de renovación etc. como parte esencial de las futuras políticas que aplicarán los socialistas.

Símbolo del aire en el cual se mueve, el pájaro evoca también el espacio infinito y la libertad que allí se despliega sin obstáculo alguno.⁸

Así pues, la presencia de pájaros transmitiría, en primer lugar, la idea de libertad y de democracia presenta en las nuevas ciudades gobernadas por los socialistas. El color blanco de todas las aves que aparecen, conectaría con el concepto de pureza y por lo tanto de honradez, así como con los de armonía y paz, simbolizada ésta a veces, por las palomas (ver cartel 7. PSOE)

Algo muy parecido a lo comentado previamente, se podría decir de los carteles del partido comunista (ver carteles 7 y 8. PCE) que, como en el caso anterior de las elecciones de 1977, apenas transmiten nada, desde el punto de vista visual, más allá de lo obvio. Su capacidad de conexión con la sensibilidad de la ciudadanía de izquierdas de aquellos años sería pues, bastante baja en relación a la de los carteles socialistas. Eso sí, son más luminosos y llamativos que los de las anteriores elecciones: parece pues que algo sí han aprendido en los dos últimos años.

Además de la potente propaganda electoral, otro claro acierto socialista fue, sin lugar a dudas, la personalización de las campañas en su líder, Felipe González Márquez.

Sostengo que hay un elemento capital en esas primeras elecciones, que es la recuperación de la memoria histórica, y que sería difícil lograrlo sin un rostro y sin una voz. Eso nos lleva a personalizar. (...) Mantengo también que debemos lograr que la gente haga un esfuerzo de identificación. Por eso no decimos: éste es el hombre, sino

⁷Francoise BARBE-GALL, *Comprender los símbolos en la pintura*. Barcelona, Lunwerg Editores, 2007. p 56.

⁸ Id. *Ibídem*. p 148.

*que dibujamos un cartel en el que hay una serie de personas y, una de ellas, un poco desdibujada, es Felipe. Fue un cartel importante*⁹

Una vez hecho el esfuerzo de identificación y una vez conocido por el público, son evidentes las ventajas de la personalización de las campañas en Felipe González (ver cartel 2. PSOE): primero un gran político y un estupendo comunicador y, sobre todo, un hombre joven y carismático que representa el futuro y que entronca perfectamente con los ideales socialistas, que ya hemos comentado al hablar de los carteles (cambio, renovación, superación de la historia etc.) De alguna manera, constituye por sí mismo todo un símbolo de los valores que se desean transmitir y defender. Por el contrario, en la trinchera comunista, sin ánimo de menospreciar las virtudes de Santiago Carrillo como político, que son muchas, es innegable que se trata de un hombre mayor que representa más bien el pasado y que conecta directamente con un hecho traumático que la sociedad en su conjunto desea superar: la guerra civil española. Parece pues bastante esperable que la atracción del voto sea más fuerte hacia Felipe González que hacia el viejo líder comunista.

Otro acierto del PSOE en estos años que contribuyó a consolidar su hegemonía sobre el PCE, aunque usado en menor medida que posteriormente y solo en el tramo final de las campañas electorales¹⁰, fue la llamada al voto útil. Una vez probada en 1977 la superioridad electoral del PSOE, y ante la existencia de una ley electoral que perjudica claramente a los partidos pequeños, tiene mucho sentido apelar al voto para la formación política de izquierdas con más posibilidades de gobernar.

Finalmente, otra ventaja que el PSOE supo aprovechar muy bien, fueron sus mayores facilidades de financiación gracias a la Internacional Socialista¹¹.

Pero sería demasiado simplista atribuir el relativo fracaso electoral del PCE en relación al PSOE a un, respectivamente, mal y buen planteamiento de las campañas electorales.

También tuvo mucho que ver con la imagen que el partido comunista ofrecía a la sociedad independientemente del PSOE, así como de sus múltiples problemas internos creados por el pacto de la Transición.

En primer lugar el Partido Comunista, por mucho que insistiera en ello, no fue capaz de transmitir a los ciudadanos el hecho de que era un partido democrático a causa, tal vez, de su tan lejano pasado estalinista. La idea de un partido progresista y de izquierdas que a la vez fuera democrático estaba, en gran medida, monopolizada por el PSOE y no olvidemos que la sociedad

⁹ Soledad ALAMEDA, *Entrevista a Alfonso Guerra. Memoria de la Transición*, Madrid, EL PAÍS, 1996. p 159

¹⁰ PSOE, *Guía de campaña 1982*. Madrid, Archivo histórico de la fundación Pablo Iglesias, 1982.

¹¹ Soledad ALAMEDA, *Entrevista a Alfonso Guerra. Memoria de la Transición*, Madrid, EL PAÍS, 1996. p 159

española de aquel momento deseaba, ante todo, democracia. Como comenta el mismo Santiago Carrillo:

Nuestra intención no era tomar el poder, si no simplemente la de intentar establecer un sistema democrático (...) En general la gente no se lo creía, a pesar de que nosotros hicimos los esfuerzos mayores¹².

Por otra parte, el pacto de la Transición con la aceptación de la bandera roja y gualda y de la monarquía por parte de la dirección del partido, creo un tremendo malestar en sus bases y muchos militantes le retiraron su apoyo electoral. También, cuando regresaron sus dirigentes en el exilio, éstos resultaron ser una elite mayoritariamente eurocomunista y, por lo tanto, mucho más moderada que la militancia del interior. Estas fricciones generaron muchos problemas internos que contribuyeron, en última instancia, a una mayor debilidad de la organización: ni si quiera lograron concentrar el voto comunista, que se disgregó en pequeños partidos. De hecho sufrió una escisión por parte de sus sectores más pro- soviéticos, la del Partido Comunista de los Pueblos de España (PCP) mientras, por el contrario, el mundo socialista tendía a la unidad, con la absorción por parte el PSOE del PSP (Partido Socialista Popular) de Enrique Tierno, en 1978.

Además de la conquista del espacio político de la izquierda, durante el periodo comprendido entre 1977 y 1982, el PSOE lleva a cabo una profunda renovación ideológica que consiste fundamentalmente en el abandono de la definición marxista del partido. Este importante cambio en el ideario del PSOE es un factor esencial para explicar su éxito rotundo en las elecciones de octubre de 1982. También, con él, podríamos decir que se inicia la segunda fase del proceso que le llevará definitivamente al poder: la conquista del espacio político de centro.

Las características políticas de la sociedad española de la Transición acabarán evidenciando que si el PSOE deseaba ocupar los aparatos del poder del estado (gobierno central, ayuntamientos y autonomías) en un espacio de tiempo relativamente corto, tenía que dejar de lado los postulados maximalistas y más marcadamente de clase, y presentar un moderado y técnico programa electoral¹³. Lo que demostrarán dichas evidencias será, esencialmente, el carácter moderado de la mayor parte de la sociedad española de aquellos años. Como hitos

¹² Victoria PREGO, *Entrevista a Santiago Carrillo. Memoria de la Transición*, Madrid, EL PAÍS, 1996. p 35

¹³ Sergio GÁLVEZ BISECA / Gustavo MUÑOZ BARRUTIA, *Las contradicciones del socialismo: una aproximación a la historia política del PSOE en la transición (1972-1986)*
<http://biblioteca2.uclm.es/biblioteca/ceclm/websCECLM/transici%C3%B3n/PDF/03-11.%20Texto.pdf>, 2004

fundamentales que, desde el inicio de la Transición, mostraron claramente la tendencia centrista del electorado, podríamos citar:

1. Rotundo triunfo del sí en el Proyecto de Ley para la Reforma Política de diciembre de 1976: Llevado a cabo, además, con una alta participación pese a la campaña a favor de la abstención por parte de la oposición democrática.

*Las prospecciones sociológicas realizadas durante estos años, el fracaso de la política antifranquista de los organismos unitarios y el resultado del referéndum por la reforma política habían demostrado, que el pueblo español, en general, deseaba una democracia conseguida sin grandes traumas, anhelaba la solución de los problemas concretos de la sociedad y no mostraba grandes simpatías por los grandes postulados ideológicos, ni por sus símbolos, ya que derivaban rápidamente con la identificación de la Guerra Civil*¹⁴

2. Referéndum sobre el texto constitucional de 1978: Cuyo resultado demostró que el texto político estaba en sintonía con la sociedad española¹⁵
3. Derrota, frente a la UCD, en las segunda elecciones democráticas de 1979: Fue quizás éste uno de los hechos que más evidenciaron las limitaciones electorales del PSOE derivadas de su definición ideológica marxista. De hecho, la idea de que el socialismo era irrealizable fue uno de los argumentos que más utilizó Adolfo Suárez para ganar, empleando la estrategia del miedo.¹⁶
4. Necesidad de pactos en las elecciones municipales de abril de 1979: Un mes después de las elecciones generales, las municipales de abril confirmaron que el respaldo electoral del PSOE tampoco era suficiente para gobernar en las ciudades más importantes de España. Hubo que aceptar un pacto con el PCE¹⁷.

¹⁴ Id. *Ibídem.* p 9

¹⁵ Id. *Ibídem.*

¹⁶ Un ejemplo de este discurso lo tenemos en el libro de la periodista Pilar Cambra *Socialismo no es libertad. El verdadero programa del PSOE*. Ed. Dossat. S.A, 1979. y más concretamente en este párrafo “El socialismo que propone el PSOE es, sencillamente, imposible. O, matizando, no ha sido nunca posible. Y en las contadas ocasiones en que se planteó esta posibilidad, el resultado ha sido el Chile: desmoronamiento del país e “irresistible ascensión” de la alternativa “salvadora” designo fascista en forma de bombardeo de la casa de la moneda”.

¹⁷ Joaquín PRIETO, *Catarsis en el PSOE. Memoria de la Transición*, Madrid, EL PAÍS, 1996 p 264

Todos estos hechos provocaron que la definición ideológica marxista del partido acabara percibiéndose como un corsé para el crecimiento electoral definitivo del PSOE por parte de muchos miembros destacados de su dirección y, en especial, por parte de su líder, Felipe González.

El comienzo del cambio hacia una nueva definición ideológica, se inicia en el 28 Congreso de 1978 donde la renuncia al marxismo es planteada por Felipe González. El congreso rechaza la propuesta, lo que provoca la dimisión inmediata de su secretario general dejando boquiabiertos a todos los congresistas y sin capacidad de plantear una dirección alternativa. Cuatro meses después es convocado un congreso extraordinario en el que González es elegido saliéndose finalmente con la suya. Esta situación evidencia a la perfección la dependencia que desarrolla el partido con respecto a su líder al tratarse, como hemos analizado previamente, de uno de los pilares básicos de su estrategia electoral.

Así pues, en el periodo que va de 1977 a 1982, tiene lugar la emergencia de un nuevo socialismo:

Este nuevo socialismo partía de la base de acabar con la diferencia entre el objetivo máximo y el programa mínimo del partido. Se identifica el socialismo y la democracia, en donde el motor de las actividades del partido no deja de ser la consecución de los valores de la Revolución Francesa y en donde se puede entrever que no hay un estadio superior a la democracia formal. (...) El proyecto político principal del partido se basa en la consolidación de la democracia, que consagraba a su vez la economía de mercado, dándole una interpretación socialmente avanzada¹⁸.

Y llegamos a la campaña electoral de 1982. Consolidada su renovación ideológica, pues está claro que sin ella hubiera resultado tarea imposible, el PSOE se lanza, en las elecciones de octubre de 1982 a la conquista del espacio político de centro, aunque sin abandonar sus deseos de continuar expandiéndose hacia la izquierda. Para lograr su primer objetivo, contaba con una importante ventaja: la profunda crisis de la UCD que había evidenciado su incapacidad, sobre todo en la última legislatura, de funcionar como partido de gobierno.

Si leemos con atención la guía de campaña, elaborada por el partido para esta cita electoral, observamos que el eje de su estrategia es la de llegar a un público lo más amplio posible evitando restringirse a los votantes de izquierda, como les había ocurrido en las anteriores

¹⁸ Sergio GÁLVEZ BISECA / Gustavo MUÑOZ BARRUTIA, *Las contradicciones del socialismo: una aproximación a la historia política del PSOE en la transición (1972-1986)* <http://biblioteca2.uclm.es/biblioteca/ceclm/websCECLM/transici%C3%B3n/PDF/03-11.%20Texto.pdf>, 2004. p 12

convocatorias electorales. Pero, a la vez, tratar de ganar votos también hacia este espacio político. Es decir, expandirse tanto hacia la derecha como hacia la izquierda.

Para alcanzar el objetivo electoral que nos hemos marcado, además de conservar íntegro el electorado de 1979, tenemos que ganar importantes paquetes de votos situados tanto a su derecha como a su izquierda. La expansión en una sola dirección, pues, sería insuficiente. Esta consideración debe determinar toda la orientación estratégica de la campaña.¹⁹

Se enfrentaban pues a un reto enormemente difícil: conseguir que electores de muy diverso tipo les votaran:

El espectro al que nos dirigimos es enormemente amplio y está compuesto por sectores muy diversos, con intereses y sensibilidades diferentes y hasta contrapuestas. Ello significa que nuestra imagen debe ser lo suficientemente abierta y flexible para no producir incomodidades en uno u otro sector de nuestro electorado potencial²⁰.

De este modo, las directrices básicas que se marcan para lograr este objetivo son:

1. Moderación en los planteamientos
2. Universalización del mensaje: Puesto que era muy posible que llegaran a ser el partido del gobierno, había que dirigirse a todos los ciudadanos y ciudadanas, no sólo a los que seguramente les iban a votar. Convenía pues lanzar mensajes de tipo integrador, hablando de la colaboración de todos los sectores sociales en la solución de los problemas del país²¹. También esta universalización se plasma en los elementos de imagen de campaña que deben ser, según la mencionada guía:²²
 - Moderación
 - Progresismo
 - Esperanza
 - Realismo
 - Avance

¹⁹ PSOE, *Guía de campaña 1982*. Madrid, Archivo de la fundación Pablo Iglesias, 1982 p 18

²⁰Id. Ibídem. p 19

²¹Id. Ibídem. p 20

²² Id. Ibídem. p 21

- Mejoría

3. Detalles rituales integradores: Se trató cuidadosamente de que los rituales de la campaña no constituyeran un sentimiento de exclusión para nadie. Como comenta José Ignacio Wert²³:

Los detalles rituales estaban calculados sagazmente para evitar situaciones comprometidas. Así, al final de las intervenciones de Felipe González una niña o niño le hacía entrega de un ramo de rosas, con lo que se conseguía un efecto emocional... y se evitaba la posibilidad del saludo con el puño cerrado. “La Internacional” desapareció de la fonética del PSOE y en su lugar un jingel “Hay que cambiar” y una composición electrónica provocaban los efectos de entrada y salida.

4. Presentación del PSOE como única alternativa posible de cambio: Lo que explica la elección del único lema de campaña “Por el cambio”, así como la idea básica que se debía transmitir a lo largo de ésta:

*El PSOE es la única posibilidad de que se produzca el cambio que España necesita y Felipe González el presidente en quien los españoles confían para ese cambio. Por el cambio, hay que votar PSOE. El mantener la unidad en torno a la idea básica de la campaña es fundamental para que el mensaje del partido llegue con eficacia al conjunto de la población*²⁴

Otra de las estrategias electorales elegidas fue la de la personalización de la campaña en el líder del partido, Felipe González. Si en el pasado, ya fue una estrategia empleada con intensidad, en este caso, alcanza sus más altas cimas. (Ver cartel 12 y 13. PSOE)

En todas las encuestas realizadas hasta ahora, al preguntar por las preferencias para presidente del gobierno, Felipe González obtiene una abrumadora ventaja sobre todos los demás dirigentes políticos. Incluso en algunos sectores en los que pueda existir algún tipo de recelo hacia el partido como tal, se observa un grado apreciable de aceptación

²³ José Ignacio WERT. *La campaña de 1982: el camino del cambio*. <http://www.reis.cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=articulo&ktitulo=278&autor=JOS%C9+IGNACIO+WERT>, 1983, p 76

²⁴ PSOE, *Guía de campaña 1982*. Archivo de la fundación Pablo Iglesias, p 20

*hacia nuestro secretario general. Es importante hacer ver con claridad que, en estas elecciones, se decide también el nombre del presidente.*²⁵

Y así fue: valga como ejemplo que él solo consumió prácticamente los 30 minutos de televisión disponibles²⁶. Estuvo presente en más de cuarenta actos electorales y recorrió prácticamente toda España.

También es importante la mención a la llamada al voto útil que fue utilizada con más insistencia que en otras ocasiones y que, sin duda alguna, fue uno de los más eficaces argumentos para arañar votos al PCE, por la izquierda. En la guía de campaña, observamos como se remarca la necesidad de esta estrategia:

*A diferencia de otras campañas, en las que la llamada al voto útil la hacíamos en los últimos días, en esta ocasión debemos convertir esta idea en uno de nuestros argumentos principales DESDE EL PRIMER MOMENTO.*²⁷

La guía de campaña también habla de la necesidad de resaltar la imagen del PSOE como partido ganador. Esta imagen se logrará:

- Siendo ellos en todo momento quienes deciden confrontarse o no con otro partido.
- Explicando positivamente sus posiciones
- No haciendo nunca formulaciones que suenen a defensa o justificación
- No empleando la agresividad verbal

Por último, destacar en esta campaña el empleo de elementos simbólicos, como se hizo en las otras convocatorias electorales y con la misma filosofía. A este respecto, resaltar el famoso *spot* publicitario de las ventanas que se abren a paisajes inmensos²⁸, proporcionando al espectador una idea y / o sensación de liberación y de cambio (abrir la ventana supone renovar el aire). Y por último, la imagen del amanecer y el sol del que brota el símbolo del PSOE, con las mismas simbologías que ya se comentaron al analizar las imágenes de los carteles.

²⁵Id. *Ibíd.* p 22

²⁶ WERT, José Ignacio. *La campaña de 1982: el camino del cambio* <http://www.reis.cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=articulo&ktitulo=278&autor=JOS%C9+IGNACIO+WERT>, 1983, p 75

²⁷ PSOE, *Guía de campaña 1982*. Archivo de la fundación Pablo Iglesias, Madrid, 1982 p 21

²⁸ Youtube: <http://www.youtube.com/watch?v=bz2ap46D9Ms&feature=related>

La campaña fue, sin duda magistral, a juzgar por sus resultados finales. Pese a la dificultad objetiva de convencer al mismo tiempo a un habitual votante del PCE y a uno de la UCD o de partidos conservadores, la victoria fue impresionante: logró doblar prácticamente su electorado de 1979 hasta superar los diez millones de votos y duplicar su representación parlamentaria que pasó de 212 a nada menos que 202 diputados²⁹

En conclusión:

Aunque sería simplista atribuir solamente al excelente planteamiento de las campañas los éxitos electorales del PSOE durante la Transición, es innegable que éste jugó un importante papel.

Como otros factores esenciales para explicar este éxito habría que aludir, en primer lugar, a las dificultades internas y a las respectivas crisis de sus dos competidores directos en aquellos años: el PCE y la UCD.

En segundo lugar, y sobre todo de cara a la convocatoria electoral de 1982, es importante resaltar la renovación ideológica del partido, iniciada en 1978, y que proporcionó un marco lo suficientemente flexible como para que el PSOE pudiera ser apoyado igualmente por votantes de izquierda y de centro. La renovación ideológica y la creación de dicho “marco flexible” llegó a condicionar gran parte de la estrategia electoral de 1982.

Una de las líneas maestras de la estrategia del PSOE en las campañas fue, como hemos comentado, la personalización en su líder, Felipe González, que si bien fue todo un éxito para captar votos, quizás no lo fuera tanto para futuro el funcionamiento del partido, ya que se volvió demasiado dependiente de un secretario general que ganaba elecciones y que, por lo tanto, siempre lograba imponer su criterio; lo que provocó claramente, desde 1978, la disminución de la pluralidad ideológica del partido y la democracia interna.

El proceso descrito termina pues con el PSOE en el gobierno del nación y con mayoría suficiente para gobernar, por primera vez desde su fundación. Un partido ideológicamente renovado que, en muchos aspectos, tiene muy poco que ver con sus raíces históricas hasta el punto de que para ciertos autores como James Petras, se trata de otro partido completamente diferente³⁰

Los distintos gobiernos del PSOE representaron para algunos autores, la consolidación y desarrollo del Estado del Bienestar. Para otros, como James Petras³¹, su renovación ideológica iniciada en la Transición supuso, a la larga, la aplicación de una serie de políticas neoliberales que degradaron las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras españoles. Pero esto ya es otro tema y, por lo tanto, objeto de otro estudio.

²⁹José Ramón MONTERO, *Un terremoto electoral. Memoria de la Transición*, Madrid, EL PAÍS, 1996 p 374

³⁰James PETRAS, «Padres e hijos: dos generaciones de trabajadores españoles», *Ajoblanco* 3, Barcelona, 1996

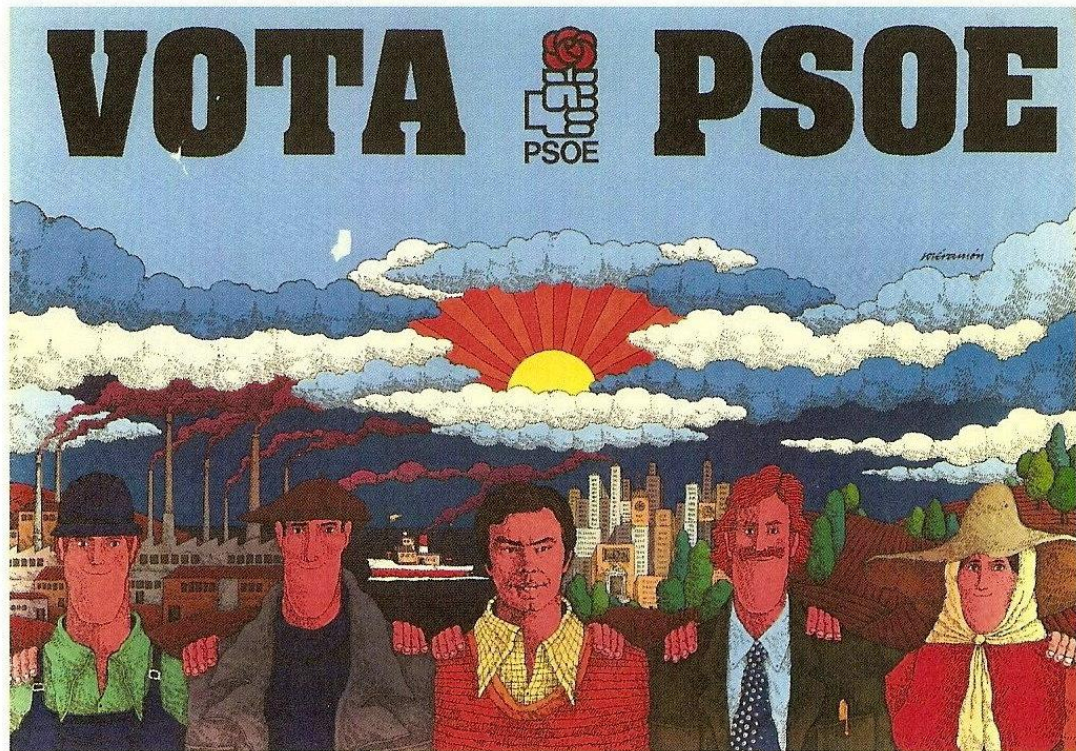
³¹Id. *Ibidem*



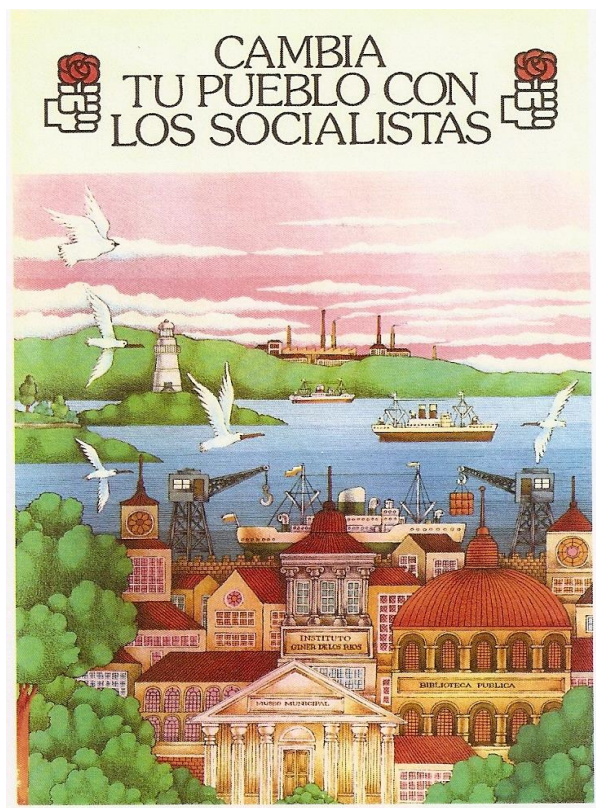
Cartel 1. PSOE



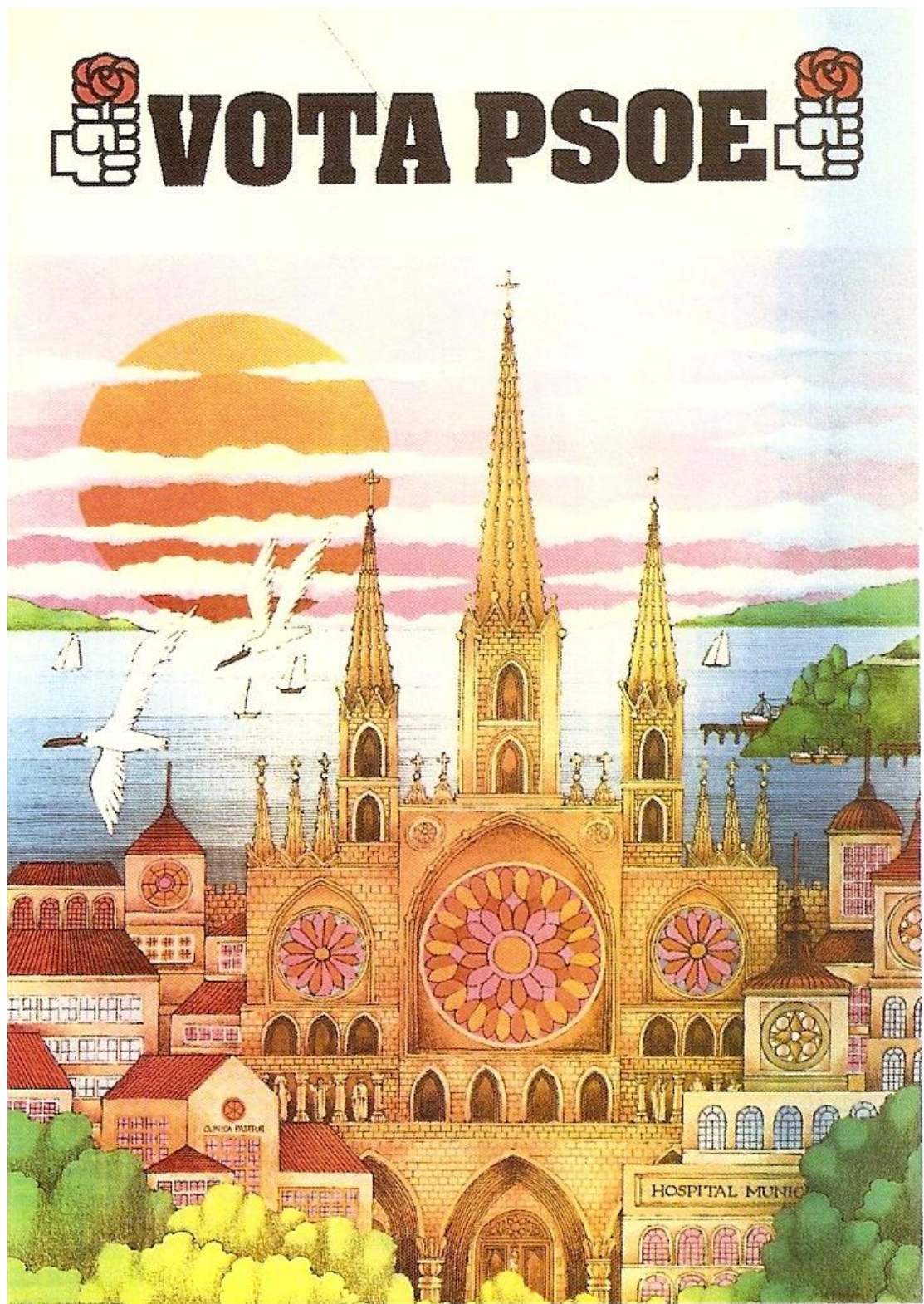
Cartel 2. PSOE



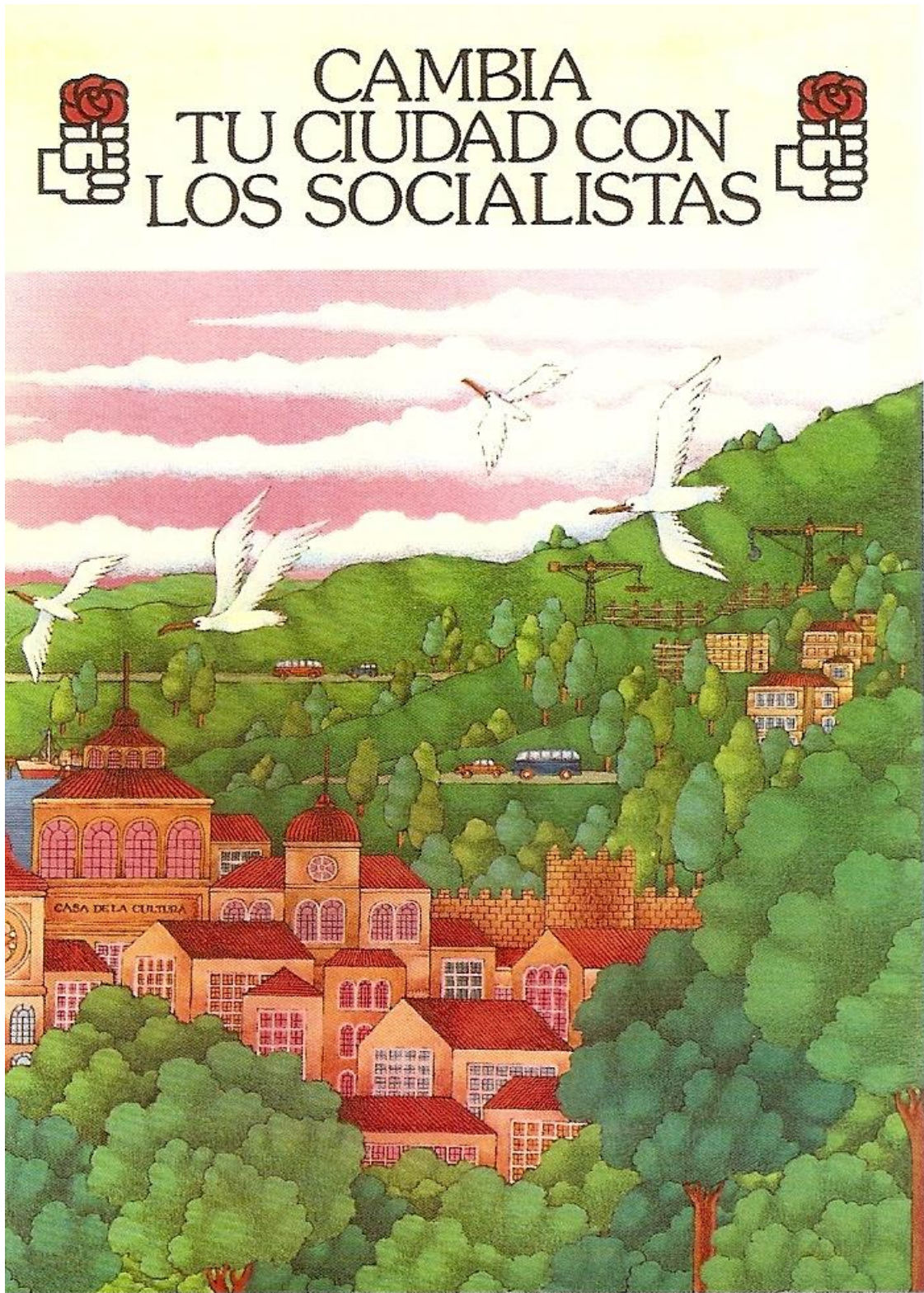
Cartel 3. PSOE



Cartel 4. PSOE

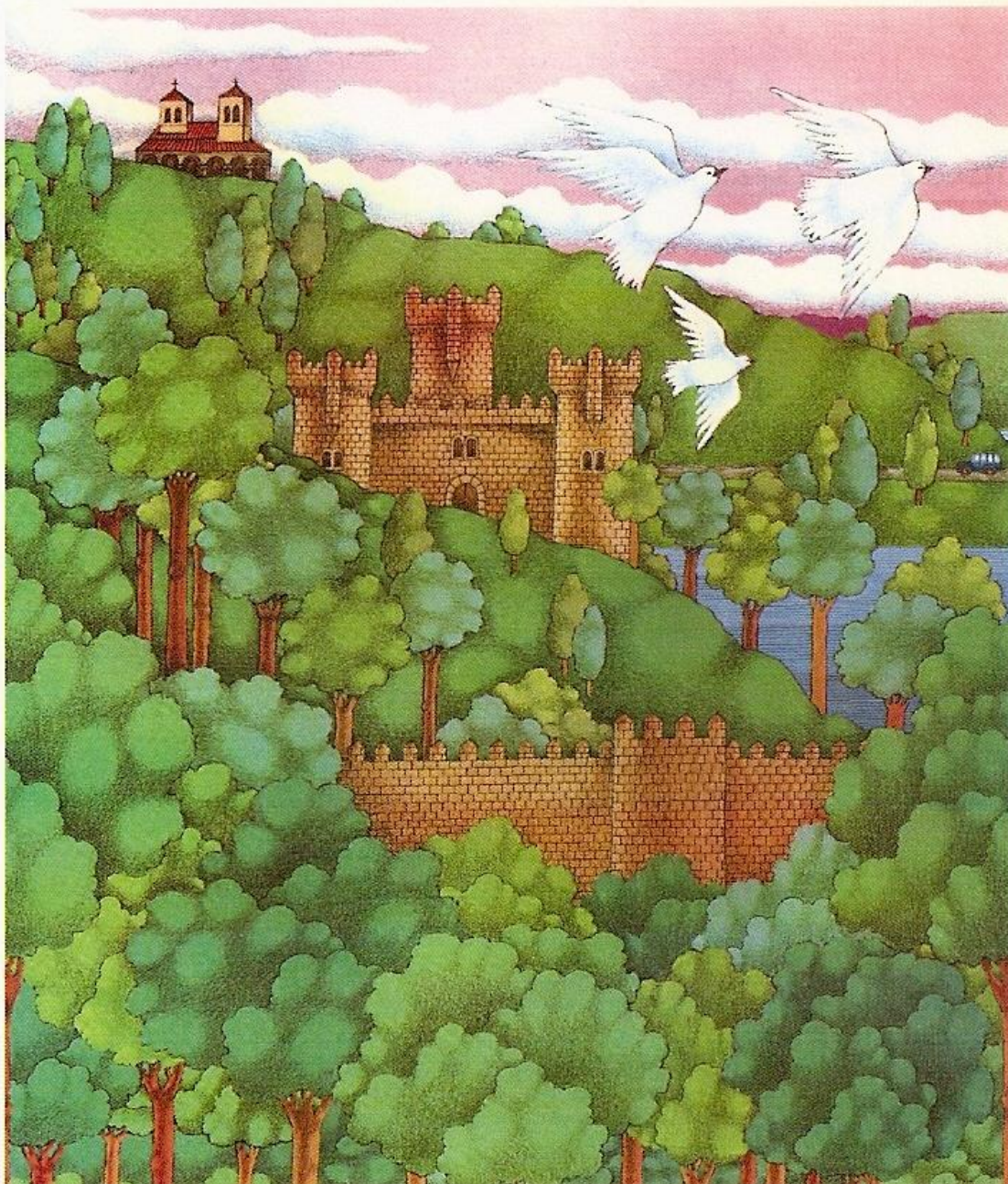


Cartel 5. PSOE



Cartel 6. PSOE

 **VOTA PSOE** 

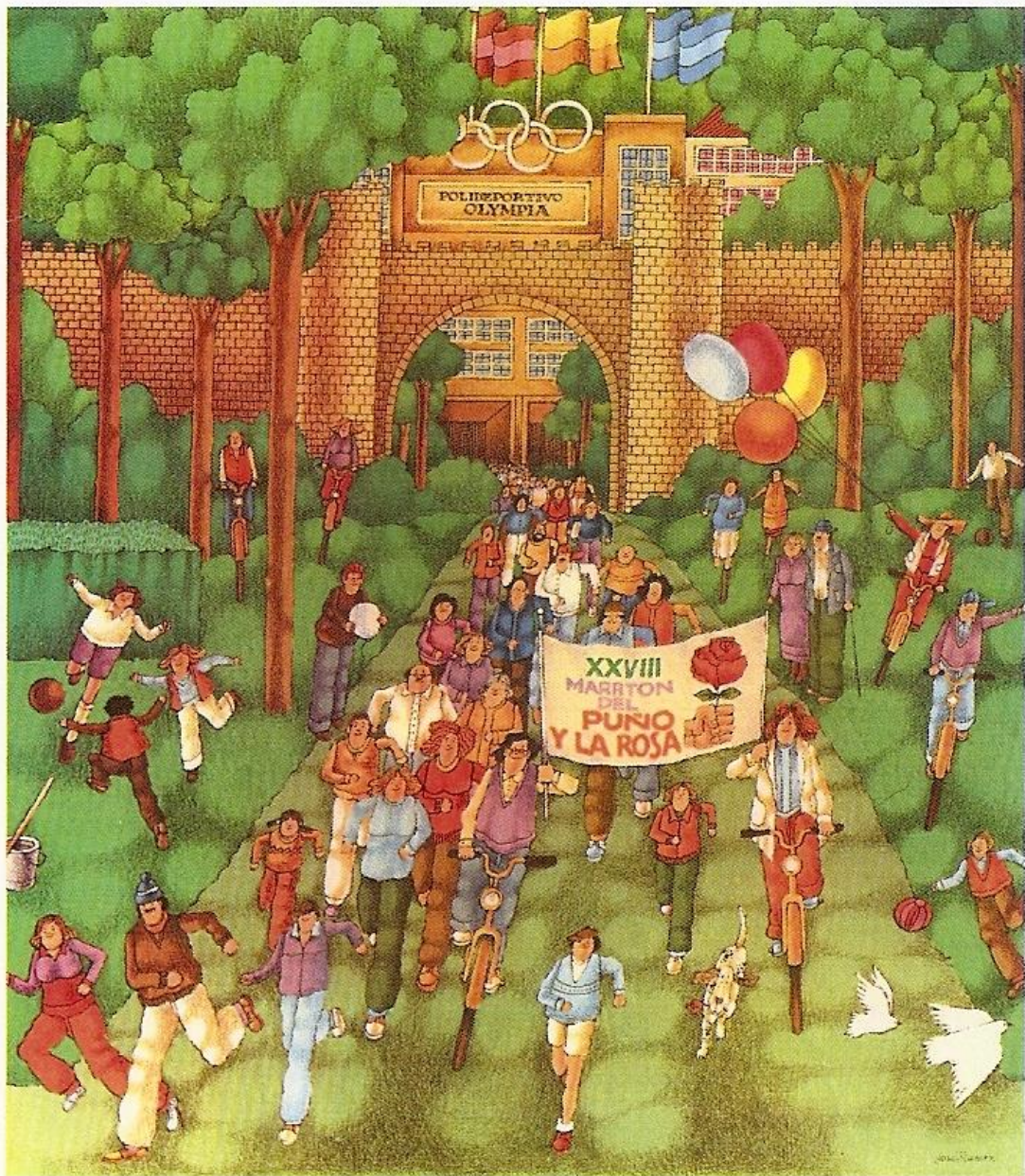


Cartel 7. PSOE



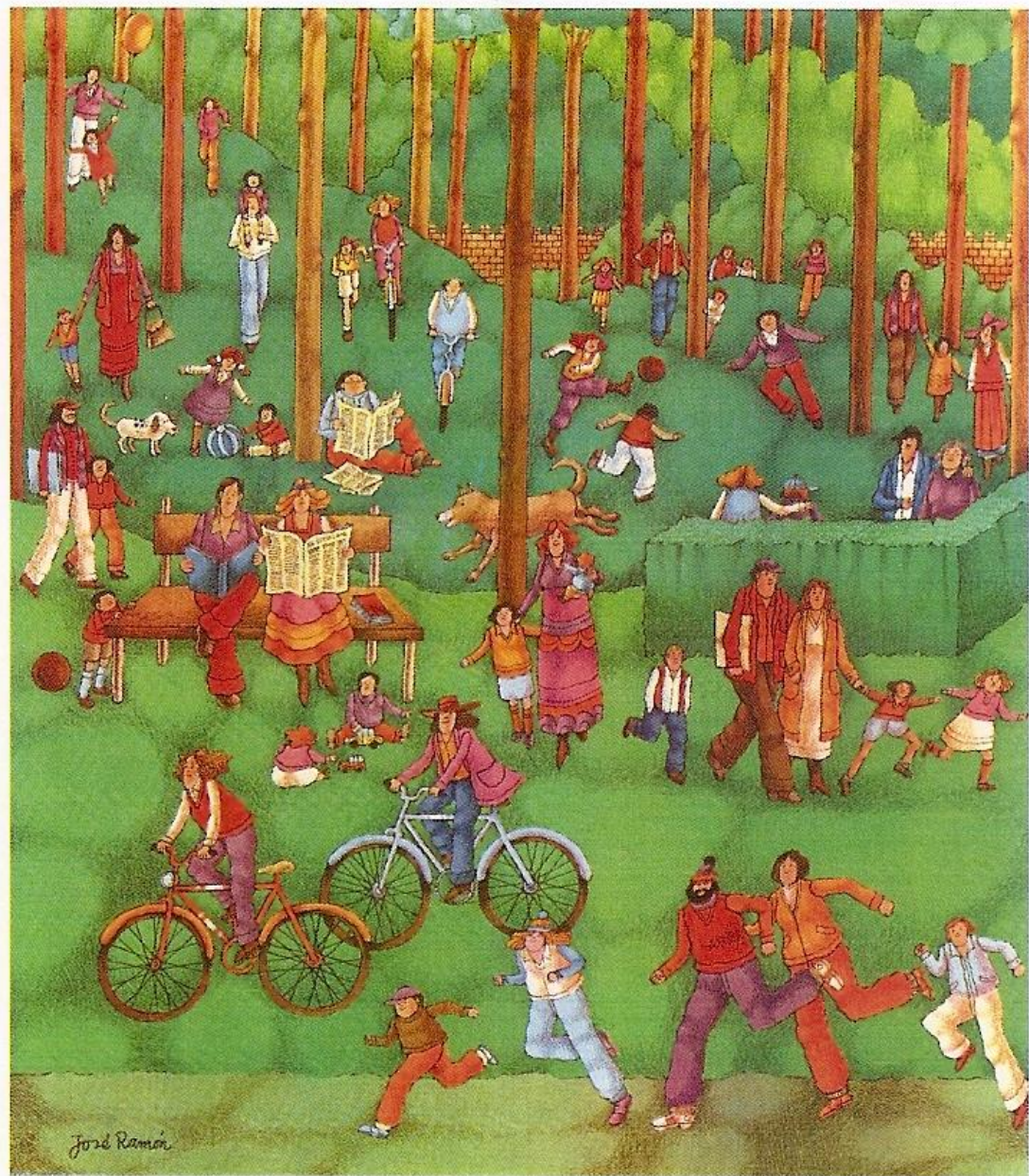
 **CAMBIA
TU CIUDAD CON
LOS SOCIALISTAS** 

Cartel 8. PSOE



 **CAMBIA
TU CIUDAD CON
LOS SOCIALISTAS** 

Cartel 9. PSOE



 CAMBIA
TU PUEBLO CON
LOS SOCIALISTAS 

Cartel 10. PSOE



Cartel 11. PSOE



Cartel 12. PSOE

PSOE FIESTA
MITIN PSOE

26 Octubre, de 18 a 24 horas

Intervendrán
JOAQUIN LEGUINA
E. TIerno GALVAN

FELIPE GONZALEZ

Actuarán
 •ORQUESTA PLATERIA •AUTE
 •PACO IBAÑEZ •SERRAT
 SUBURBANO •MIGUEL RIOS •MOUSTAKI

Además
 CHIRANGAS Y PASADILLOS •GRUPOS DE TEATRO INFANTIL
 •GRAN EXHIBICION DE FUEGOS ARTIFICIALES

Presentarán las actuaciones: **JOSELE y JOSE LUIS COLL**

EXPLANADA U. COMPLUTENSE
 Ciudad Universitaria de Madrid
 Autobuses: 62 y 65
 Metro: Morcoba y Cuatro Caminos

VOTA PSOE
 Por el cambio

Cartel 13. PSOE

votar comunista es votar democracia

vota PCE

Santiago Carrillo (Secretario General P.C.E.)
Simón Sánchez Montero (Traductor)
Carlos París (Catedrático)
Dulcinea Bellido (Modista)



PARTIDO COMUNISTA DE ESPAÑA

Cartel 1. PCE



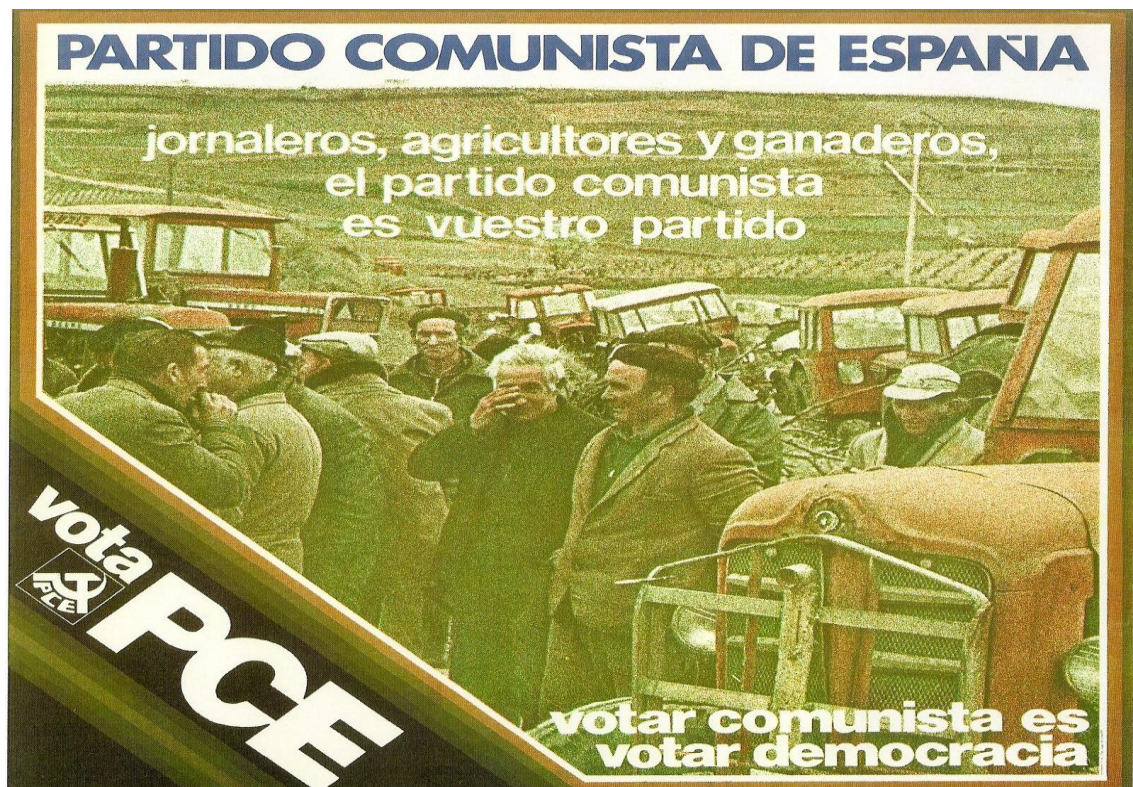
Cartel 2 PCE



Cartel 3. PCE



Cartel 4. PCE



Cartel 5. PCE



Cartel 7. PCE



Cartel 8. PCE

Bibliografía

JULIA, Santos, *Los socialistas en la política española, 1879-1982*, Taurus, Madrid, 1997

GÁLVEZ BISECA, Sergio / MUÑOZ BARRUTIA, Gustavo, *Las contradicciones del socialismo: una aproximación a la historia política del PSOE en la transición (1972-1986)*
<http://biblioteca2.uclm.es/biblioteca/ceclm/websCECLM/transici%C3%B3n/PDF/03-11.%20Texto.pdf>

VV. AA. *Memoria de la Transición*, EL PAÍS, Madrid, 1996

BARBE-GALL, Françoise, *Comprender los símbolos en la pintura*. Lunwerg Editores, 2007

ESTÉBANEZ ÁLVAREZ, José, *Las ciudades: morfología y estructura*, Editorial Síntesis, Madrid, 1991

PETRAS, James. *Padres e hijos: dos generaciones de trabajadores españoles*, Revista Ajoblanco, 1996

WERT, José Ignacio. *La campaña de 1982: el camino del cambio*
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=250505>

PSOE, *Guía de campaña 1982*. Archivo de la fundación Pablo Iglesias