

ELECCIONES EN ANDALUCÍA: LABORATORIO ELECTORAL A MEDIAS

Francisco Javier Paniagua

Resumen

El objetivo del presente artículo es analizar la campaña electoral andaluza y la estrategia desarrollada por los principales partidos, así como los resultados y su impacto en el panorama político español, que este año celebra también elecciones municipales y generales. Se entrevista a cinco periodistas andaluces, que coinciden en señalar que estas elecciones marcan una tendencia para el futuro, aunque consideran que los resultados no son extrapolables por varias razones.

Palabras clave: Elecciones, comunicación, estrategia, Andalucía.

Abstract

The aim of this paper is to analyze the Andalusian electoral campaign and the strategy developed by the major parties, as well as the results and their impact on the Spanish political scene, because this year are celebrated municipal and general elections too. Five Andalusian journalists are interviewed, and they agree that these elections mark a trend for the future, but consider that the results can not be extrapolated for several reasons.

Keywords: Elections, communication, strategy, Andalusia.

I. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

A finales del mes de enero, la presidenta de la Junta de Andalucía, la socialista Susana Díaz, comunicó a sus socios de gobierno, de Izquierda Unida, que había decidido adelantar las elecciones a marzo de 2015, justo un año antes de lo previsto. Aunque, a nadie le pilló por sorpresa, porque incluso pocos meses antes se habían aprobado los presupuestos de la Junta, sin aparentemente ningún problema, probablemente este anuncio se producía en un momento en el que el resto de formaciones políticas no tenían la campaña electoral programada, e incluso, en el caso de los partidos emergentes (Podemos y Ciudadanos) sin una estructura de partido y una organización, lo que les obligaba a diseñar la estrategia y la campaña electoral en cuestión de días: no había tiempo que perder.

Los objetivos de este artículo son: valorar la decisión de la presidenta de la Junta de Andalucía de anticipar las elecciones autonómicas, analizar la campaña electoral y la estrategia que siguieron los principales partidos que hoy ostentan representación en el Parlamento andaluz, y evaluar los resultados electorales, y en consecuencia, el acierto o no del anticipo electoral.

Para el desarrollo del presente trabajo, se entrevista a cinco analistas de la prensa andaluza: Teodoro León Gross (TGL), columnista de diario Sur, Rafael Porras RP), director El Mundo de Málaga, José María de Loma (JML), de La Opinión de Málaga, José Manuel Atencia (JMA), columnista de El País en Andalucía, y Agustín Rivera (AR), delegado de El Confidencial en Andalucía. A los cinco les hicimos las mismas preguntas, para

responder a los objetivos planteados en el artículo. Dichas cuestiones se agrupan en tres grandes bloques, y están relacionadas con una valoración sobre la decisión de Susana Díaz de adelantar las elecciones, sus razones, las expectativas de los partidos concurrentes en ese momento y los temas externos; una balance de la campaña electoral y la estrategia que plantearon las diferentes formaciones políticas con sus aciertos y errores; así como una evaluación de los resultados, y su posible repercusión en las siguientes citas electorales en mayo en el caso de las autonómicas y municipales y previsiblemente en noviembre en las generales.

II. ¿CÁLCULO ELECTORAL Y/O INTERÉS PERSONAL?

Los cinco analistas entrevistados coinciden en que la decisión de Susana Díaz de adelantar las elecciones autonómicas responde a un cálculo electoral, en el que encajan, según su punto de vista, varios argumentos.

En primer lugar, la primera razón, en la que todos están de acuerdo, es que la presidenta de la Junta de Andalucía y candidata del PSOE no quería dar tiempo a las dos fuerzas emergentes, Podemos y Ciudadanos, y evitar que se consolidaran en Andalucía. Así lo ven, por ejemplo, José María de Loma de La Opinión de Málaga, Teodoro León Gross de Sur, José Manuel Atencia de El País, que ve sobre todo un intento de “anticiparse a unos posibles malos resultados” a nivel nacional o en las municipales, y Rafael Porras de El Mundo Málaga, que considera que la estrategia “de frenar el crecimiento de otras fuerzas políticas, concreta-

mente Podemos” se tuvo en cuenta.

*“Estratégicamente la presidenta neutralizaba la potencia-
lidad de Podemos y Ciudadanos en la campaña al estar sin
armar, y por tanto sin su discurso y su programa bien en-
grasado” (TGL).*

*“Una de las razones era la estrategia política, porque veía
las encuestas y no le salían mal, que le garantizaban ser
el partido más votado, con diferencia, respecto a los demás
partidos, aunque lejos de la mayoría absoluta” (AR).*

En segundo lugar, varios de los entrevistados ven razones personales y/o interés de partido: el hecho de que el PSOE no había ganado las elecciones autonómicas de marzo de 2012 y que la propia Susana Díaz no había sido cabeza de cartel para presidir la Junta de Andalucía en aquella cita electoral. A ello le suman incluso, el rumor publicado de las posibles aspiraciones de la líder socialista de aspirar a ser candidata a la Presidencia del Gobierno.

Así lo destaca, por ejemplo, José María de Loma (La Opinión de Málaga), quien argumenta que *“su ambición, legítima por otro lado, de que ya nadie pueda recriminarle no haber encabezado una lista electoral fue también una razón de peso en la decisión de adelantar las elecciones”*. Así lo ven también Rafael Porras y Teodoro León Gross, quien además considera un privilegio del presidente o presidenta la potestad de tomar esta decisión.

“La fecha era estratégica. Personalmente la victoria, como reflejaban las encuestas, le daba peso e imagen de liderazgo ante el proceso interno del PSOE. Como partido, un aire «ganador» y un primer revés para Podemos, y además una clara derrota del PP” (TLG).

“Por pura estrategia personal. Susana Díaz necesitaba un «refrendo» en las urnas de su supuesto liderazgo mediático del PSOE y situarse con tiempo ante una futura crisis en la dirección del partido. Por eso, no podía esperar a que se celebrasen las elecciones andaluzas cuando correspondiera, pues el previsible calendario nacional que pudiera provocar esa crisis interna sería antes” (RP).

Igual piensa Agustín Rivera que además añade que se trata de *“una estrategia para frenar la subida en conocimiento del candidato del PP, Juan Manuel Moreno”,* al

tiempo que apunta que *“si no lo hacía en ese momento, tenía que esperar a finales de año o incluso a 2016, que es cuando tocaba”*. El delegado en Andalucía de El Confidencial, advierte que en el PP preferían las elecciones autonómicas después de las elecciones municipales, por la fuerza que hasta ahora han tenido en las grandes ciudades andaluzas, pensando que un buen resultado ayudaría a la hora de abrir la puerta del gobierno a los populares. Sin embargo, José María de Loma recuerda que *“el PP no paró de pedir elecciones, y cuando las tuvo, criticó el adelanto”*.

Por último, varios de los analistas señalan también la influencia de evitar que la posible recuperación económica anunciada desde el Gobierno Central fuera rentabilizada por el Partido Popular. Así lo expresa José María de Loma: *“Influyó también el hecho de no querer dar tiempo a una posible recuperación económica, que el Gobierno de Rajoy podía aprovechar para publicitar”*.

Los cinco analistas entrevistados consideran que, en principio, no había razones para romper el pacto de gobierno con Izquierda Unida, pocos meses después de haber aprobado los presupuestos de 2015. El único argumento que encuentran es el anuncio de la formación de izquierdas de convocar un referéndum para ratificar o no el acuerdo. Así lo explican José María de Loma, Teodoro León Gross, José Manuel Atencia y Rafael Porras. Por eso, concluyen que el adelanto electoral era una decisión estratégica y el referéndum anunciado por IU, la excusa.

“No había razones. Funcionaba razonablemente bien y la gestión en Turismo y Fomento de IU estaba siendo bastante buena. Eso sí, IU se precipitó con la chulería política de convocar un referéndum entre las bases. Y eso lo precipitó todo” (JML).

“Objetivamente el referéndum anunciado por IU puede bastar para considerar roto un pacto de Gobierno. Se puede considerar un pecado de ingenuidad. Ese error se convirtió en un as en la manga de la presidenta para maniobrar; una coartada” (TLG).

“Susana Díaz provocó una crisis donde no la había y posiblemente para crear otra crisis” (JMA).

“La tensión en esos momento era la propia de un gobierno

coalición, pequeñas escaramuzas sin trascendencia. Apenas dos meses antes se había aprobado un presupuesto de la Junta sin problemas. El apoyo parlamentario de IU era total, como lo demuestra que rechazaba en esos mismos días comparencias de responsables del PSOE sobre cuestiones relacionadas con la corrupción en la Junta” (RP).

Todos coinciden en señalar que probablemente hubo momentos más tensos durante la legislatura, como para haberse roto el acuerdo de gobierno, por ejemplo, cuando la presidenta de la Junta desautorizó a la Consejera de Vivienda por el caso del realojo de 22 familias en la corrala de La Utopía, en Sevilla, en abril de 2014 y le retiró, temporalmente, las competencias en la materia.

“Había posiblemente razones endebles, pero no razones contundentes para romper el pacto. Saltaba a la vista que Susana Díaz no tenía química con Maíllo y Garzón, los nuevos líderes de IU y eso ayudó a crear el escenario” (AR).

Respecto a la influencia de los presuntos casos de corrupción, todos los analistas consultados coinciden en que el caso de los ERE no tuvo incidencia alguna, ni en la decisión de adelantar las elecciones, ni en la campaña electoral, ni en los resultados.

“Influyen, pero sobre todo influyeron en la marcha de Griñán. El escándalo de los ERE ha metido el miedo en el cuerpo a los dirigentes socialistas que, sin embargo, no sólo en público, tratan el asunto como si les fuera ajeno. Como si hubiera pasado en otro sitio” (JML).

“No parece que los ERE hayan determinado la fecha. Por supuesto, ha habido movimientos tácticos como aforar a altos cargos potencialmente afectados por decisiones de la juez Alaya. Ha sido una opción estratégica por calendario político y electoral, no judicial” (TLG).

“Creo que en estas elecciones la estrategia ha pesado más, y por tanto ha influido más” (JMA).

“El caso de los ERE es importante y ha perjudicado la imagen del PSOE, pero el retraso de las declaraciones de Chaves y Griñán en el Supremo favoreció al PSOE; aunque al PP también le pilló mal, con los casos Bárcenas y Gurtel” (AR).

“Creo que no. Entre otras razones, porque la estrategia de

Susana Díaz ha pasado por intentar desligarse de esos casos como responsable directa. Su ambigüedad sobre el futuro de Chaves y Griñán, así lo demuestra” (RP).

III. UNA CAMPAÑA EN “CLAVE NACIONAL”

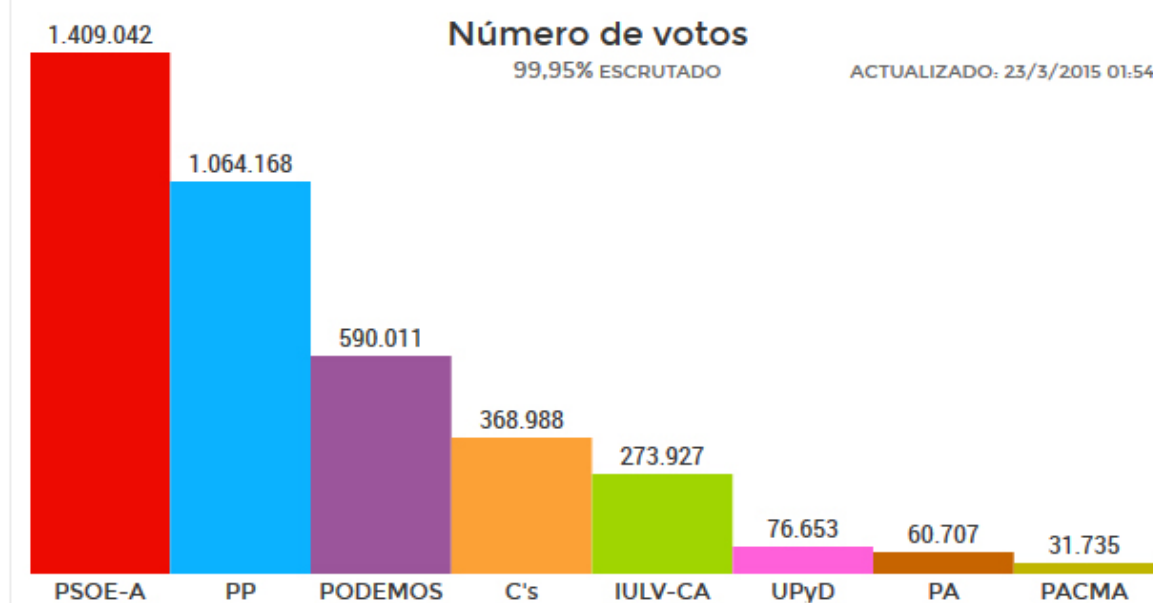
Tras el anuncio de Susana Díaz de adelantar las elecciones a marzo, todos los partidos afrontaban esta cita con las urnas con el pie cambiado, como se señaló antes. Así, a diferencia de lo que se suele pensar de que la maquinaria electoral siempre está preparada, prácticamente todos tuvieron que preparar una campaña “expres”, de apenas dos meses. Así, para los analistas consultados, la campaña electoral no fue una campaña de ideas ni de propuestas, sino una campaña en clave nacional, en la que el eje principal del PSOE fue “Susana Díaz es Andalucía y la defiende de las agresiones del Gobierno Central, gobernado por el PP. Es decir un enfrentamiento directo entre la candidata socialista y Mariano Rajoy”, como destaca José María de Loma.

Por el contrario, el PP sí que diseñó una campaña más de marca, en la que a priori, luego resultó que no, la presencia de los ministros y del presidente del Gobierno en Andalucía ayudaría a mejorar el nivel de conocimiento del candidato Moreno Bonilla y el discurso de la recuperación económica atraería el voto perdido. Podemos se vio obligado a basar su campaña en la fortaleza de su marca, y en la imagen de su líder nacional, Pablo Iglesias. Algo parecido ocurrió con Ciudadanos. Varios analistas coinciden en señalar que en la campaña del PP hubo un antes y un después del debate en Canal Sur. Hay que reconocer que los populares saben preparar un debate, partiendo de que no es un programa de televisión de una hora, sino que siempre planifican una estrategia para el antes, el durante y el después del debate.

“En el caso del PP, ha sido una campaña de marca, a la que conferían mayor fuerza que al candidato. De hecho, puesto que tradicionalmente se vota más a este partido en las generales que en las autonómicas, la estrategia fue traer a Rajoy para crear sensación de «generales». Ha fallado. Sólo rectificaron al final. Podemos también ha usado la marca, pero desconfiando del resultado y distanciados de la candidata, desde Madrid la han dejado bastante sola. Ciudadanos hizo una campaña personalista, pero no tanto apoyada en su

ELECCIONES EN ANDALUCÍA: LABORATORIO ELECTORAL A MEDIAS

Resultados Elecciones Andaluzas 2015



Fuente: El País. <http://resultados.elpais.com/elecciones/2015/autonomicas/01/>

candidato regional como en su líder nacional. El PSOE es un caso claro de marca personal, #YoConSusana, por encima de la marca de partido” (TLG).

“No ha sido una campaña de ideas y grandes propuestas. El eje de Susana Díaz ha sido yo soy Andalucía y la defiendo de las agresiones de Rajoy y mis líneas rojas son la gente. Un mensaje emocional-nacionalista con tintes folclóricos. El PP ha dado muchos bandazos, Ciudadanos ha vivido del auge de Albert Rivera y en Podemos, más allá de arremeter contra la casta mantuvo un mensaje articulado en torno a los mantras desfavorecidos y esperanza. En una región con más de un millón de parados y en los últimos puestos de cualquier ranking europeo no hay una idea atractiva para Andalucía” (JML).

“El PSOE realizó una campaña muy personalista, casi peyorativa, diría. Le ha funcionado, al menos a tenor de los resultados. Reconozco que Susana Díaz tiene empatía, es un animal político, en el buen sentido de la palabra, y tiene una enorme capacidad para transmitir. IU hizo una buena campaña, creo que la mayoría de los periodistas opinan igual. El PP empezó bajo. Pero mejoró bastante durante la campaña sobre todo internamente y después del debate electoral. Creo que Moreno Bonilla tuvo un cambio importante en la campaña cuando creyó haber ganado el primer debate”

(JMA).

Así, durante dos meses, Andalucía se convirtió en un laboratorio electoral para unos o simplemente fue el ensayo general para otros. O ni eso. Lo que sí es cierto es que eran las primeras elecciones después de las europeas, que trajo consigo la eclosión de nuevas fuerzas políticas como Podemos y la consolidación de otras como Ciudadanos, que con el tiempo habían encontrado un hueco importante en las encuestas y que hacía pensar que, el panorama político español se encuentra en un proceso de cambio. No obstante, los analistas consideran que este modelo de campaña electoral probablemente no funcione fuera de Andalucía. Solo ha servido para ver tendencias y conocer a los partidos emergentes en campaña electoral.

“Era el ensayo total: el laboratorio para ver cómo iban a funcionar los partidos emergentes. Pero Andalucía tiene una serie de peculiaridades que hacen difícil extrapolar la campaña y el resultado. Eso sí: era el primer escenario real fuera de las encuestas” (JML).

“Que el PSOE sea el partido hegemónico en Andalucía le confiere un carácter distinto. Eso sí, se ha visto como un laboratorio para observar tendencias sobre el desgaste del PP, la crisis del bipartidismo y la irrupción de los nuevos

partidos. Pero sin hacer proyección del resultado" (TLG).

IV. VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Respecto a la posible extrapolación de los resultados, todos los analistas consultados se muestran convencidos de que no es posible anticipar ni comparar las elecciones andaluzas con las municipales y autonómicas que se celebran en mayo ni con las generales. Sí coinciden en que este resultado confirma una tendencia y por tanto se pueden obtener una serie de conclusiones: el PP y el PSOE han visto como su marca-partido pierde fuerza y ya algunos candidatos han puesto en marcha una campaña alejada de los símbolos del partido.

En el caso del PP incluso se ha cambiado ligeramente el discurso y ya no se descarta en público posibles alianzas con Ciudadanos. Por supuesto, ha quedado claro también en las elecciones andaluzas que los partidos emergentes no eran solo un espejismo de las encuestas y ahora empiezan a tener espacio en las instituciones y en los medios de comunicación. Sólo el director de El Mundo Málaga, diferencia entre las elecciones municipales y las generales en este sentido. Considera que en el caso de las primeras, el peso de los candidatos sigue siendo importante. A ello podemos añadir que en ese caso, la ciudadanía medirá también la gestión, al tratarse de una institución más cercana y que Ciudadanos y Podemos no se presentan en todas las ciudades, o como en el caso de Podemos, lo hace con una marca distinta.

En cuanto al resultado electoral, los periodistas consultados creen que, viendo los resultados, Susana Díaz acertó, pero coinciden en señalar, que analizando los argumentos ofrecidos para justificarlo, la estabilidad, por ahora, hasta que no se cierren los pactos, y con la proximidad de otras citas electorales, no se ha logrado.

"Mereció la pena, pero falta por ver si va a lograr la abstención de algún partido para poder gobernar. De la euforia inicial ha pasado a una gran incertidumbre" (JML).

"Viendo el resultado el escenario de estabilidad, argumento esgrimido no se ha conseguido del todo, hasta ahora. Y la proximidad de las elecciones municipales y generales no

ayuda" (JMA).

También estas elecciones tienen consecuencias en el resto de formaciones políticas. Por ejemplo, según el columnista de Sur, Teodoro León Gross, estos resultados son *"malos para IU, que acabará fusionado con Podemos a medio plazo, y muy buenos para Ciudadanos, que se consolida como opción moderada para el votante conservador"*. Igualmente, León Gross cree que el resultado vuelve a debilitar al PP en Andalucía; e intuye que Podemos, probablemente moderará su discurso. Sobre el PSOE, considera que recupera el liderazgo regional, aunque a Susana Díaz le ha debilitado el liderazgo personal, *"seguramente sobrevalorado hasta ahora"*.

V. CONCLUSIONES

En conclusión, podríamos decir que estamos ante un nuevo tiempo político en España, y que existe un antes y después de las elecciones andaluzas. Aunque el resultado no es extrapolable a las elecciones municipales, autonómicas y generales por las razones indicadas, entre la que se podría destacar las características políticas peculiares de Andalucía, donde ha funcionado una campaña electoral, que probablemente no funcionaría en otra comunidad o a nivel nacional.

No obstante, la estrategia de adelantar las elecciones puede marcar una tendencia también, puesto que no cabe duda de que los partidos han reaccionado, y aunque con poco margen en el caso de las municipales, en algunos casos empiezan a girar una parte de su discurso, en unos casos porque ahora tienen presencia en las instituciones y se sienten más observados por los medios de comunicación y la ciudadanía, y en otros, para recuperar al electorado, que desilusionado ha preferido otra opción, entre las que sigue estando la abstención.



Francisco Javier Paniagua

Profesor Contratado Doctor. Universidad de Málaga.

✉ fjpaniagua@uma.es