

Análisis | Dos expertos desgranán las precampañas de los líderes del PP y el PSOE. Candidatos muy diferentes al frente de partidos con tesituras del todo opuestas: la batería de medidas de Rubalcaba se contraponen a la estrategia de Rajoy de medir al máximo cada movimiento

Cercanía frente a disciplina



Más candidato. La marca Rubalcaba está muy por encima de la marca PSOE. Campaña centrada en la televisión, más racional, con propuestas constantes, con el propio Rubalcaba como epicentro, con un candidato accesible y diferenciado del actual Gobierno.

Más partido. La marca Rajoy no es tan potente como la marca PP. El candidato quiere dar confianza y, sobre todo, no cometer errores. Carácter presidencialista, disciplinado, delega las propuestas y las críticas a sus colaboradores. Campaña que abarque al máximo electorado.



LUIS GRAÑENA

Fiebre de propuestas y posicionamiento político frente a ausencia de compromisos y perfil de amplio espectro. Por lo visto hasta el momento, la precampaña electoral del PP y el PSOE plasma al detalle dos estrategias divergentes, consecuencia tanto del carácter de los candidatos como de la coyuntura de ambos partidos. Dos asesores de comunicación política, Yuri Morejón -director de Yescom Consulting- y Antoni Gutiérrez-Rubí -director de Ideogramas- desgranán cuáles son las claves en la táctica de Rajoy y Rubalcaba.

Mariano Rajoy

Para Morejón, hay una premisa esencial: «Tiene más atractivo el partido que el propio candidato». Esto provoca que «mida mucho sus intervenciones». «Rajoy ha hecho algo que -prosigue- se denomina disciplina del mensaje: marcarte un terreno de juego del que no sales; en este caso, crisis,

Zapatero (ahora, Rubalcaba), empleo y cambio. Esos son los titulares que da». «Cuando tienes una ventaja clara, arriesgas lo menos posible para no activar el voto del adversario. La de Rajoy es una campaña de perfil bajo, integradora, de amplio espectro», explica por su parte Gutiérrez-Rubí.

El candidato del PP apenas hace grandes anuncios y, por supuesto, no responde a ataques del PSOE: no se le ha escuchado estas semanas formular siquiera la palabra Rubalcaba. «Dar la impresión de que estás por encima ayuda a centrar tu imagen», argumenta este experto. «Rajoy tiene una comunicación más mustia, primero porque intenta no exponerse y luego porque telegénicamente no es el mejor. Él intenta dar una imagen más presidenciable», añade Morejón.

Alfredo Pérez Rubalcaba

En las antípodas de Rajoy: la marca Rubalcaba está hoy por hoy muy por encima de

la marca PSOE. «Toda la campaña gira entorno a él mismo, porque lo que transmite genera confianza en el electorado», ilustra el director de Yescom. Aun así, su labor es ardua; inabarcable para algunos. «La suya es una campaña mucho más racional. Por eso plantea muchas medidas concretas: para decir que si el PP no muestra las suyas, es porque esconde algo. Quiere erosionar el carácter presidencialista de la campaña de Rajoy», argumenta Gutiérrez-Rubí.

Rubalcaba también apela a la cercanía, y de ahí que haya cambiado los clásicos mítines por un formato de plató en el que aparece rodeado de gente. «Tiene las manos libres, da una imagen próxima, alejada de la clase de mitin doctrinal. Un atril es más unidireccional», desgrana Morejón. «Son encuentros donde es tan importante hablar como escuchar el estado de ánimo y las preocupaciones de los militantes», afirma Antoni Gutiérrez-Rubí.

Morejón aporta un detalle llamativo: «Ya no hay jóvenes detrás de él; vemos a gente de entre 30 y 45 años, precisamente el electorado que necesita para tener opciones».

Debate televisivo

Visto lo visto, el único punto de contacto que pueden tener ambos candidatos es un debate televisivo. ¿Le conviene a Rajoy? ¿Es decisivo para Rubalcaba? «Desde luego, al candidato del PSOE -razona Morejón- le interesa una campaña muy centrada en la televisión: es muy telegénico, uno de los políticos que más convencen». Sobre el líder del PP, opina que «tiene asumido que deberá haber al menos un debate». «Solo un error estrepitoso de Rajoy permitiría que el debate fuera un punto de inflexión», analiza por su parte Gutiérrez-Rubí. Pese a ello, «a Rubalcaba le conviene muchísimo», cree, ya que «puede captar a los decisivos».

LUIS FACI

FERIA GENERAL DE ZARAGOZA
DEL 8 AL 16 DE OCTUBRE DE 2011
FERIA DE ZARAGOZA
HORARIO: 11.30 A 20.30

11111

BUSES GRATUITOS | 902 400 224 | www.feriazaragoza.es

125 ANIVERSARIO
CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA

70 ANIVERSARIO
FERIA DE ZARAGOZA

CRECIENDO CON ZARAGOZA

¡Visita el PABELLÓN ANIVERSARIOS!

FERIA DE ZARAGOZA