

Beatriz Gallinas Santos



Universidad de Valladolid

CURSO 2013-2014

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Felipe González ante las cámaras:
elecciones generales de 1982**

Alumno(a): Beatriz Gallinas Santos

Tutor(a): Dra. Virginia Martín Jiménez

Convocatoria: Julio

ÍNDICE

1. Introducción.....	Pág. 1-9
2. Contexto histórico.....	Pág. 10-25
2.1. Contexto político: El camino hacia la presidencia	Pág. 10-19
2.2. La televisión y los cambios políticos.....	Pág. 19-25
3. Marco teórico: La comunicación política en televisión.....	Pág. 26-32
4. La campaña socialista de 1982 en televisión: Trabajo de campo.....	Pág. 33-52
4.1. Pre-campaña.....	Pág. 34-37
4.2. Campaña electoral.....	Pág. 37-47
4.3. Post-campaña.....	Pág. 47-52
5. Conclusiones.....	Pág. 53-56
6. Bibliografía.....	Pág. 57-69

INTRODUCCIÓN

Los comicios de 1982 marcaron un antes y un después en la historia electoral española, ya que se puede considerar este año como un punto culminante en la historia de España. Julián Santamaría subraya que “de las elecciones generales de 1982 se ha dicho que marcaron un hito en la historia electoral de Europa” (1984: 7). Y es que estos comicios trajeron consigo un cambio que repercutió en toda España y fue la llegada al PSOE al poder, el primer partido de ideología izquierdista tras dos legislaturas consecutivas con la presencia en el Gobierno de un partido de centro-derecha como era UCD. Por ello, Soto Carmona cita algunos de los factores que se palparon en ese cambio, entre los que se puede citar: el hundimiento de UCD, el ascenso socialistas y de AP-PDP como consecuencia de una creciente polarización del electorado; y la crisis de liderazgo de UCD, unida a sus disputas internas, la cual es paralela al reforzamiento del liderazgo de Felipe González, entre otros (1998: 112).

Tras el fin de la dictadura franquista con la muerte de Francisco Franco el 20 de noviembre de 1975 se dio paso a la Transición Democrática, marcada por la victoria en dos ocasiones (elecciones generales de 1977 y de 1979) del partido de centro o centro-derecha de Adolfo Suárez, Unión de Centro Democrático. Sin embargo, fueron las elecciones del 82 las que dieron el triunfo al socialismo de Felipe González. Con la victoria del PSOE se podía dar por cerrado el período de Transición en España. En este sentido, Tusell afirma que el punto de partida es obvio porque viene dado por la muerte del dictador, pero el final es más difícilmente precisable. Sin embargo, las elecciones celebradas en 1982 tienen una importancia decisiva [...]. En esa fecha no quedaba por cerrar el proceso de transición española sino que, como estaba ya cerrado, llegó al poder el PSOE (1999: 13).

Estas elecciones también son relevantes por la amplia mayoría absoluta que consiguió el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) con Felipe González en su cabeza de lista con un total de 202 escaños sobre los 350 del Congreso de los Diputados. Una mayoría absoluta que no ha conseguido ser revalidada por ningún partido político hasta ahora. Las elecciones del 82, a pesar de adelantarse seis meses antes de la fecha para la que estaban previstas (abril de 1983), pueden ser consideradas como un evento singular ya que, por aquel entonces, ninguno de los partidos políticos junto a sus líderes habían

logrado alcanzar un resultado de tal índole gracias al apoyo avalado por la sociedad española, que quedó demostrado en el número de votos obtenido por el PSOE. Y es que los comicios electorales de 1982 “fueron, probablemente, aquellas en las que la campaña electoral influyó menos sobre los resultados. El PSOE se benefició no sólo de la tendencia señalada por las encuestas, sino también del ansia del electorado por lograr una estabilidad gubernamental” (Tusell, 1999: 206).

Con un total de 10. 127.392 votos y 202 escaños, representando, en este sentido, un 48,11% del total se vio respaldado el líder socialista en los comicios electorales del 82, seguido sucesivamente por Alianza Popular-Partido Democrático Popular (AP-PDP) con Manuel Fraga, en tercera posición quedó Unión de Centro Democrático con Landelino Lavilla. Otras de las fuerzas políticas relevantes fueron el Partido Comunista de España (PCE) con Santiago Carrillo y, sucesivamente, *Convergència i Unió* (CiU) con Miquel Roca a la cabeza, quedando Adolfo Suárez con Centro Democrático y Social (grupo escindido de UCD) en sexta posición (Cagiagli, 1984: 101).

Teniendo en cuenta el hito histórico que marcó la victoria socialista de octubre de 1982, la presente investigación, dirigida por Dra. Virginia Martín Jiménez, se centra en estudiar la campaña televisiva del PSOE en televisión en dichos comicios generales y, por tanto, en analizar cómo se usó este medio de comunicación a lo largo de la campaña electoral. Para lograr un mayor conocimiento, se tendrá en cuenta tanto el período de la precampaña, que comenzó el 14 de septiembre, así como la propia campaña electoral del Partido Socialista, que se inició el 4 de octubre.

Y, por otro lado, esta investigación se ha querido centrar en la figura política de González por ser considerado un ejemplo de máxima personalización política. “La estrategia de comunicación pasaba por una fuerte personalización en torno a Felipe González, en quien se resumía el mensaje de “propuesta” [...] desplegó en más de 40 actos de masas sus dotes de seducción, apelando frecuentemente a la ética como motor del cambio” (Wert, 1984:76). En concreto se analizarán diversos contenidos televisivos: entrevistas a Felipe González, *spots* electorales del PSOE, programas especiales informativos que estén vinculados con este tema (la propia noche electoral del 28 de octubre en que concurren las elecciones; *Informe Semanal*; *Telediarios*... y, en general los contenidos relacionados con cobertura ofrecida por TVE tanto durante el mismo día de los comicios como durante la campaña).

La imagen que se crea en televisión de Felipe González, quien, en palabras de Richard Gunter en un estudio en 1985, “era joven, atractivo y popular” (1985: 13) a partir del propio partido político es uno de los puntos relevantes a examinar en este trabajo. La causa no es otra que el carácter prominente que, en tan poco tiempo, alcanzó la televisión desde que surgió y la dependencia continua de este medio de comunicación durante la campaña electoral, tanto, por parte de los candidatos políticos, como, por parte de los propios ciudadanos, quienes consideran la televisión, en la gran mayoría de las ocasiones, la única fuente de información posible a la que podían acceder. Como señala Salomé Berrocal, “ahora los electores optan por vivir la campaña en casa, frente a la pantalla quieren ver aparecer a los líderes políticos, desean conocer las diferencias que presentan unos partidos de otros, y utilizan este medio como guía para decidir su voto: ya sea reforzando el mismo, o como apoyo para un cambio de orientación política” (1996: 158).

La expansión mediática en concordancia con las continuas y necesarias adaptaciones de los líderes políticos, constituye uno de los requerimientos básicos de mejora al que se ven sometidos continuamente los jefes de partido. De ahí, la importancia que supone tanto el atractivo como la credibilidad y confianza que genere la fuente a la hora de dirigirse al público que, de hecho, son consideradas, junto con el poder de la fuente, como los tres valores que influyen de forma notoria a la hora de decidir el voto en los ciudadanos, quienes, en último término, son considerados como el “factor precio” del proceso de marketing político. “El cuidado de la imagen en los políticos, y el nacimiento de una profesión dirigida precisamente a salvaguardar esta estética, es un efecto más de la incursión televisiva en la vida política. Esta afirmación tiene suma importancia en la organización de las campañas electorales, ya que la televisión se convierte en el “objeto de deseo” de la publicidad política para llegar a sus electores” (Berrocal, 2003:71).

Si se hace un balance de los estudios y libros publicados en torno a las elecciones de 1982, se encuentran investigaciones centradas en los comicios y estudiadas desde un punto de visto histórico y político (Soto Carmona, 1998; *El Mundo*, 1995; Wert, 1984; Caciagli, 1984; Santamaría, 1984; Gunter, 1985). Sin embargo, desde el punto de vista televisivo, se podría decir que existe un gran vacío historiográfico sobre ello. Por otra parte, también resulta interesante tener en cuenta trabajos que han analizado comicios

en televisión aunque se trate de convocatorias electorales diferentes, como es el caso de la tesis doctoral de la profesora Salomé Berrocal (1996) que, a pesar de que sí estudia la comunicación política en televisión, está centrada, concretamente, en las elecciones españolas de 1993.

Del mismo modo ocurre con el libro “Televisión Española y la Transición Democrática. La comunicación política del cambio (1976-1979)” de Virginia Martín Jiménez (2013), ya que no llega hasta 1982 sino que se concentra específicamente en analizar las campañas televisivas que se corresponden a parte del periodo en el que se extendió la Transición Democrática española, es decir, desde 1976 hasta 1979. Por tanto, si bien son varios los autores que atienden en sus investigaciones al análisis de las campañas electorales emitidas a través de la televisión, ninguno ha reflexionado sobre la imagen que se emitió desde *Televisión Española (TVE)* del PSOE en los comicios electorales de 1982.

Teniendo en cuenta el monopolio televisivo existente con Televisión Española por aquella fecha, es importante puntualizar en esta investigación el papel que desempeñó este medio de comunicación en los procesos sociales, políticos y culturales, en una fase de cambio como fue la que se vivió a lo largo de la Transición Democrática. El libro “La televisión durante la Transición Española” de Manuel Palacio (2012) ofrece información de utilidad sobre el contexto televisivo en general y sobre el paso a la democracia desde la perspectiva televisiva.

Desde el punto de vista histórico, con una acotación temporal específica correspondiente a la campaña electoral de 1982, el libro “La transición a la Democracia. España 1975-1982” de Álvaro Soto Carmona (1998) e “Historia de la Democracia. La aventura de la libertad 1975-1995” del periódico español *El Mundo* (1995), dan a conocer los detalles que convivían en el contexto político de entonces. Los años 80 del siglo XX son una época marcada por numerosos acontecimientos políticos y por la etapa que ya se dejaba atrás y que dejó su huella en la sociedad española como fue el franquismo.

De un régimen dominado por la censura, se dio paso a un sistema sustentado en valores y libertades democráticas consagradas en la Constitución Española, firmada el 6 de Diciembre de 1978. En el ámbito político, por tanto, la década de los ochenta fue una

época convulsa en lo que a asuntos gubernativos y comunicativos se refiere y, sobre todo, por los antecedentes que acontecieron.

Teniendo en cuenta el vacío historiográfico sobre la campaña televisiva del PSOE de 1982 en la televisión, desde un punto de vista político, se ha recurrido a diversos estudios enmarcados en el contexto político en el que se sucedieron estas elecciones como es el caso de “La campaña electoral de octubre de 1982: el camino del cambio” de José Ignacio Wert (1984), centrada en el análisis de los comicios del 82 y el cambio político que supusieron de cara al futuro de España. Esta investigación junto con la de Mario Caciagli (1984), titulada bajo el nombre de “España 1982: las elecciones de cambio” han sido publicadas en la *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*. Esta última se utilizará con el objetivo igualmente de conocer el contexto en que se vivieron las elecciones así como su desarrollo, teniendo en cuenta los cuatro puntos centrales que las caracterizaron, que son: “el clamoroso éxito de un partido (el PSOE), la caída de un partido en el Gobierno (UCD), el fuerte crecimiento de otro partido (AP, aunque en coalición con antiguos miembros de UCD); el importante retroceso de un partido histórico (el PCE)” (Caciagli, 1984: 86). En la misma línea, utilizaremos el estudio de Julián Santamaría denominado “Elecciones generales de 1982 y consolidación de la democracia: a modo de introducción” (1984), que aportará información acerca de esta fase histórica, pero contemplada desde dos puntos de vista en concreto, por un lado, acerca de lo que suponen estas elecciones de cara al futuro democrático para el que se preparaba España y, por otro lado, por su repercusión en la reestructuración del sistema de partidos. Esta última perspectiva también será utilizada para esta investigación gracias al estudio de Richard Gunther (1985) titulado “Un análisis preliminar de las alteraciones producidas en 1982 en el sistema español de partidos”.

Desde el punto de vista del líder político, de su persona y de la imagen que ofrece de cara a la realidad, al público, que es, al fin y al cabo, a quien debe captar para lograr su victoria en las elecciones que acontecen, es importante tener en cuenta los avances en el discurso del llamado *telepolítico*, de sus cualidades y características, así como del cuidado de su lenguaje comunicativo (no sólo el discurso informativo sino también todos los movimientos corporales, gestos, vestimenta, voz, apariencia, constituyéndose

como elementos principales a la hora de ser tenidos en cuenta por los propios políticos de cara a la audiencia a la que venden sus ideas y propuestas políticas).

Es importante poder determinar la telegenia con la que actúan los políticos, y con la que son aconsejados por sus asesores políticos para conseguir ofrecer la mejor imagen de sí mismos cuando compiten en el poder por acceder a la presidencia del gobierno de un país frente a varios candidatos políticos. En este sentido, se ha recurrido al libro “Comunicación política y periodismo: apuntes para la eficacia del mensaje persuasivo” (2009) de Rafael Yanes Mesa.

Teniendo en cuenta la etapa histórica en la que se centra la investigación, hay que partir de que la televisión no había alcanzado aún la relevancia política que en futuros tiempos ha protagonizado en la sociedad, dado su carácter mediático y de inmediatez, y porque, de hecho, el aparato televisivo “es el medio seleccionado mayoritariamente por la población para informarse en política, pese a que su soporte condicione la elaboración de noticias escasamente desarrolladas y que tan sólo muestran una realidad parcial” (Berrocal, 2003:61).

De ahí, la puerta que abre este medio de comunicación tras su aparición, sobre todo, de cara a las elecciones, convirtiéndose en uno de sus elementos esenciales. Y, por ello, también se toma en consideración las continuas adaptaciones, consejos, e incluso, en numerosas ocasiones, presiones con las que cuentan los propios líderes políticos para conseguir dar la mejor representación de su equipo. Y es que según Salomé Berrocal, “el contacto directo ha sido reemplazado por el conocimiento televisado o mediado. La televisión es utilizada durante la campaña en distintos sentidos: conocer las diferencias entre los partidos, informarse de los programas electorales, conocer mejor a sus líderes, reforzar o decidir su voto” (2003: 63).

Asimismo, se realizará un vaciado hemerográfico de los periódicos españoles con una puntual trayectoria en el terreno de la prensa como es el caso de *El País* o *ABC*. La elección de *El País* se debe al interés que suscita al ser uno de los primeros periódicos que apareció durante el periodo de la Transición Española. La selección de *ABC* se centra en el hecho de que se considera uno de los grandes periódicos a nivel nacional, de referencia y con una sólida y larga trayectoria en España, vigente, de hecho, hasta la actualidad. El objetivo es ver cuál es la repercusión de la campaña televisiva del PSOE

en *TVE*, es decir, que es lo que exponen y mencionan los periódicos con respecto al tema en que se centra la investigación.

Por tanto, teniendo en cuenta la escasa investigación acerca de la campaña de propaganda electoral, emitido en *TVE*, de cara a los comicios que realizan los propios partidos políticos, en concreto, del PSOE, se estableció como **objetivo** primordial poder examinar cómo se llevó a cabo la campaña televisiva del Partido Socialista frente a las elecciones de 1982 y, en este sentido, analizar cuál es la imagen que se crea de Felipe González en televisión a partir del propio partido político. Y, a partir de este primer fin, se fija como segundo objetivo observar cuál fue la reacción de los medios de comunicación escritos a partir de la campaña televisiva de González.

Atendiendo a estos fines, el trabajo parte las siguientes **hipótesis**:

En primer lugar, se parte de la hipótesis de que el PSOE usa la televisión como un elemento clave de estrategia en la campaña electoral de 1982.

En segundo lugar, teniendo en cuenta la estrategia electoral socialista en los comicios anteriores, partimos de que el PSOE va a continuar en la misma línea que en 1979 aunque el eje de la campaña girará en torno a la confianza en la victoria, al cambio necesario en España y, por lo tanto, se basará en una campaña con un mayor contenido de ataque al Gobierno y a su gestión.

En tercer lugar, se parte de la hipótesis de que la campaña electoral va a tener a Felipe González como punto clave continuando en la línea de la personalización política que desde el comienzo de la Transición puso en marcha el PSOE. Con la diferencia de que en este caso, el líder socialista aparecerá en la campaña con un mensaje que reflejará su mayor confianza en ganar los comicios.

Por último, se predice que el contenido fundamental de su campaña electoral estará dirigido, sobre todo, a temas relacionados con la gestión política de UCD con la intención de desgastar al partido en el Gobierno y tendrá un papel secundario la presentación del programa socialista.

Dentro del contexto en el que acontecieron las elecciones de 1982 y, teniendo en cuenta asimismo, la cobertura televisiva que recibieron por parte de la cadena de televisión estatal *TVE*, además de la propaganda política que ofreció el Partido Socialista Obrero

Español (PSOE) a través del canal televisivo y las entrevistas que el líder concedió, la **metodología** utilizada para esta investigación se centró en un análisis de contenido tanto cualitativo como cuantitativo a partir de un visionado en el Centro de Documentación en Televisión Española en torno a la figura de Felipe González y los comicios electorales de 1982.

Teniendo en cuenta los aspectos anteriores, se requirió a *TVE* los contenidos visuales que, más tarde, se visionaron sobre Felipe González y el PSOE en el período que se centró la investigación, es decir, la precampaña y campaña electoral de 1982. A partir de aquí, se contó con la posibilidad de acudir al Centro de Documentación de *Televisión Española*, donde se pudieron visionar las cintas de video utilizando una ficha de análisis a través de la cual se analizaron diversas variables planteadas anteriormente para su posterior investigación en el trabajo de campo. En el análisis de contenido de los videos se seleccionaron, sobre todo, espacios vinculados con el tema a investigar, que fueron entrevistas, *spots* electorales, reportajes, noticias y, en consecuencia, los programas informativos así como *Telediarios* ofrecidos desde la cadena pública.

Desde el punto de vista cualitativo, se empleó, en principio, la técnica de la observación directa a través de la cual se visionaron los videos cuyo principal contenido es la campaña, o pre-campaña, electoral de 1982. A partir de aquí, por tanto, se llevó a cabo un vaciado de contenido y posteriormente un análisis a través de una ficha que recogió determinados ítems, entre ellos cuestiones como cuál era el objetivo con el que se emitía el vídeo así como el tipo y sesgo del mismo.

Asimismo, se analizó el escenario en el que se efectuó el vídeo emitido, los planos que se proyectaron a lo largo del mismo y la melodía musical específica que se intercalaba de fondo con la presencia sucesiva de imágenes. También se tuvo en cuenta el contenido del vídeo, realizando una transcripción exhaustiva de las continuas escenas que se ofrecían y de los personajes que en el mismo aparecerían, desde un punto de vista cuantitativo.

Se examinaron aspectos referidas al propio personaje que acapara las miradas del vídeo seleccionado. Dentro de ellas cabe destacar: la actitud del líder, el mensaje que se emitió, su aparición en concreto, el número de veces que era posible visionarle a lo largo del video, la vestimenta que portaba, los temas de los que se hablaba, entre otros.

Partiendo, en este sentido, del análisis de cuestiones primordiales a tener en cuenta en cada uno de los archivos de videos visionados en el Centro de Documentación de *Televisión Española (TVE)* así como la contextualización en el ambiente de los años 80 del siglo XX a partir de la consulta de las investigaciones y estudios de diversos autores en los comicios electorales de 1982, se ha permitido llevar a cabo este trabajo.

Por tanto, teniendo en cuenta el análisis exhaustivo que se efectuará a través de la metodología aplicada en esta investigación y de los objetivos que se pretenden alcanzar en la misma, la **estructura** en la que se plantea el trabajo se divide en tres partes. La primera de ellas hace referencia al contexto histórico, es decir, todo lo referente a la situación política que vivía España en la última etapa de la Transición y en la que tuvo lugar las elecciones de 1982, y, desde el punto de vista comunicativo, lo que ocurre con *TVE* y el monopolio existente en torno a él.

El segundo apartado de este trabajo alude al marco teórico de la investigación, que se centra en la comunicación política en televisión en general acontecidas durante las campañas electoral y, en un segundo plano, centrándose en el líder socialista Felipe González, la personalización que le caracterizaba así como la importancia que se acuña a la campaña televisiva del PSOE en aquellos comicios ofrecida por *TVE*.

Por último, la tercera parte se refiere al trabajo de campo, es decir, los análisis efectuados a partir de los ítems planteados en las tablas servibles para analizar el tema que se pretende investigar en este trabajo.

1. CONTEXTO HISTÓRICO

1.1. CONTEXTO POLÍTICO: EL CAMINO HACIA LA PRESIDENCIA

El PSOE y la figura que, por entonces, encarnaba el partido, Felipe González junto con *Televisión Española* son los dos ejes en torno a los que se orienta esta investigación. Si concretamos aún más este planteamiento, nos encontramos con que, como ya se manifestó en la introducción, este trabajo gira en torno a la campaña televisiva del Partido Socialista en *TVE* en los comicios electorales de 1982 y la repercusión, en un segundo plano, que ésta tuvo en las páginas de los periódicos.

Situándonos en el contexto histórico de 1982, hay que tener en cuenta, en primer lugar, un importante suceso que tan sólo un año antes a 1982 tuvo lugar y causó gran conmoción entre los españoles. Hablamos del intento de golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, encabezado por el teniente coronel Antonio Tejero. El suceso tuvo lugar en el Congreso de los Diputados alrededor de las seis de la tarde cuando se estaba llevando a cabo el acto de investidura del que iba a ser próximo presidente del Gobierno, tras la dimisión de Adolfo Suárez, Leopoldo Calvo Sotelo.

Soto Carmona destaca que “la estrategia diseñada por la extrema derecha deseaba provocar la intervención militar con el fin de quebrar el proceso de cambio político” (1998: 103). Por su parte, Tusell considera que en el *Tejerazo* lo que falló, desde el principio, fue la obtención del apoyo por parte del Rey, ya que “todo el planteamiento del golpe se basaba en la creación de una situación excepcional que provocara la intervención de la autoridad militar y que sería avalada por el Rey para reconducir la situación a una supuesta normalización como consecuencia de la cual el régimen democrático padecería del intervencionismo militar y la supeditación a sus altos mandos” (1999:175). Este mismo autor destaca que otro de los factores que explican el fracaso del golpe es la mala planificación y ejecución del mismo por parte de sus protagonistas, los cuales resultarían incompatibles, en términos políticos, en caso de que hubiera triunfado el golpe: “Tejero era contrario a la democracia y la Monarquía, Milans a la democracia, pero no a la Monarquía, y Armada quería manejar una y otra, pero sin enfrentarse con ellas” (1999:178).

El intento de Golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, o más conocido, como 23-F, causó, en palabras de Tusell, una sensación de amenaza para la democracia en muchos

españoles. Y es que “en adelante, más que una democracia vigilada hubo una democracia vigilante: se produjo una profunda revisión de los mandos militares” (1999:179).

En el momento en el que Tejero y los mandos militares tomaron el Congreso de los Diputados, se estaba produciendo la proclamación de Calvo-Sotelo como presidente del Gobierno. La llegada de Sotelo a la presidencia tuvo lugar tras la dimisión de Adolfo Suárez tanto como presidente del Gobierno como de su partido político, UCD. De hecho, “fue el propio Suárez quien sugirió, como sucesor suyo en la Presidencia del Gobierno, a Calvo-Sotelo, que había sido ministro con él durante el primer Gobierno de la Monarquía” (Tusell, 1999:180). Aunque, según expone Soto Carmona, la designación de Calvo-Sotelo fue fruto más de una elección en negativo que en positivo, y si bien su elección fue acogida favorablemente, se convirtió con el tiempo en una pesada carga para el partido, el cual entró en una fase de acelerada descomposición, afectando con ello a la gobernabilidad de la nación”(1998: 109).

La presidencia de Sotelo no llegó a dos años de duración, desde el 26 de febrero de 1981 al 2 de diciembre de 1982, día en el que fue nombrado Felipe González presidente del Gobierno tras la aplastante victoria socialista lograda en las elecciones del 28 de octubre de 1982. Estos comicios fueron adelantados seis meses antes de la fecha prevista ante la mala situación que vivía España y el desmantelamiento de la conspiración golpista que se iba a llevar a cabo, en un principio, el 27 de octubre de 1982, y del que se tuvo constancia a principios de octubre.

Las elecciones generales del 28 de octubre de 1982 se enmarcaron en un año que, políticamente, ocasiona cierta controversia entre algunos autores, quienes consideran estos comicios como el punto final a la etapa de la Transición Española, período que dio comienzo el 20 de noviembre de 1975 cuando murió el caudillo Francisco Franco, dándose así por finalizado el régimen dictatorial. La razón no es otra que la victoria socialista por mayoría absoluta que se produjo en las que fueron las terceras elecciones democráticas celebradas hasta entonces en España. En este sentido, Tusell apunta que “las elecciones generales de octubre de 1982 se pueden considerar como el momento final de este proceso histórico que fue la transición española a la democracia. [...] En esa fecha el grupo político que había mantenido un papel protagonista en la transición

no sólo fue desplazado del poder, sino que desapareció, siendo sustituido por un nuevo partido en el que el componente político del régimen anterior era casi nulo” (1999: 204-205). Pero Tusell además plantea dos razones más por las que considera a las elecciones de octubre de 1982 el punto culminante de este período histórico: “en esa fecha las posibilidades de un golpe de Estado eran mínimas, por no decir nulas. [...] Y hay una última razón para designar octubre de 1982 como fecha final de la transición española y es que en esa fecha se produjo un aparente terremoto electoral de perdurables consecuencias y que fue un profundo corte con respecto al pasado. En octubre de 1982, diez millones de españoles cambiaron su voto, lo que equivale a decir que lo hizo el 40 por 10 del electorado y la mitad de los votantes” (1999: 205). En la misma línea, Soto Carmona considera más acertado señalar que el final de la Transición Democrática se extienda hasta “la victoria del PSOE el 28 de octubre en 1982, ya que en esos años se producen hechos propios de un periodo de transición, como el fracasado golpe de Estado del 23-F, y el hundimiento de UCD, junto a la construcción del Estado democrático, y el desarrollo del proceso autonómico” (1998:85).

En los comicios del 82, el volumen de participación de los ciudadanos fue masivo. Se trata de una de las jornadas, junto con las primeras elecciones democráticas de la historia de España el 15 de junio de 1977, de alta participación, entendiéndose, en este sentido, alrededor de un 80% del censo. Entre las causas que se atribuyen a este importante cambio e implicación en el voto por parte de los ciudadanos en las urnas, se encuentra el declive cada vez mayor que sufría Unión de Centro Democrático a causa de las controversias internas ocasionadas por la desorganización interna que padecía dicha coalición. Según Tusell, “fue la frivolidad y la consciencia empleadas en las disputas internas las que liquidaron a UCD como partido” (1999:190). A pesar de los esfuerzos del PSOE en las segundas elecciones democráticas de la historia de España, las de 1979, en intentar captar al electorado conservador, los resultados no fueron del todo satisfactorios (Tusell, 1999:201). Sin embargo, como se señala anteriormente, la descomposición ideológica que sufría UCD, partido adversario a los socialistas, permitió que el PSOE fuera ganando adeptos y ejerciendo una influencia cada vez mayor en el electorado. Este cambio en la decisión de voto se vio reflejado en los comicios de 1982, ya que, según Julián Santamaría, “de las elecciones generales de 1982 se ha dicho que marcaron un hito en la historia electoral de Europa. Entre seis y ocho electores de cada diez, según diversos cálculos, se comportaron de forma distinta a

como lo había hecho en 1979. Cambió sustancialmente el equilibrio existente hasta entonces entre los bloques de derechas e izquierdas. [...] Finalmente, la UCD que, próxima a la mayoría parlamentaria, había venido gobernando en solitario desde 1977, quedaba electoralmente triturada, mientras el PSOE, doblando prácticamente su fuerza electoral, se aproximaba a la mayoría absoluta de los votos y conseguía una abrumadora mayoría parlamentaria en ambas cámaras” (1984:7).

Históricamente, España estaba sumergida en un período de transición hacia la consolidación de un Estado social y de derecho, un estado democrático. Este proceso histórico se inició tras el fin de una dictadura en la que nuestro país se vio sumido durante más de 30 años. Un régimen dictatorial que retrasó la posibilidad de inserción de España en asuntos exteriores, por lo que se hizo necesaria la ruptura con la política tanto exterior como interior llevada a cabo durante la dictadura. “Con mayor o menos intensidad, España sufrió un aislamiento internacional durante la dictadura que le impidió la integración plena en algunos organismos internacionales y el reconocimiento político en el exterior” (Soto Carmona, 1998: 92).

Por tanto, el sistema regido por el caudillo Francisco Franco fue un impedimento directo para España a la hora de abrir sus puertas al exterior. El camino hacia la democracia abría nuevos horizontes y uno de ellos era precisamente el convertir a España en una gran potencia a nivel internacional, de forma que se consiguiesen establecer verdaderas relaciones consolidadas y así un mejor futuro para el país.

Y, en este sentido, según expone Soto Carmona, el proyecto exterior para España no era otro que “el de ser una potencia media capaz de jugar un importante papel en su marco geopolítico regional, sobresaliendo dos coordenadas: una primordial, Europa occidental, y otra definida por la proyección iberoamericana y el mundo árabe” (1998: 95). Precisamente, en lo referente a materia a nivel internacional, uno de los grandes debates surgía en torno a la integración o no de España en la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN). Una cuestión que causó grandes controversias ya que los partidos políticos solapaban sus posiciones a favor y en contra frente a este aspecto. Calvo-Sotelo anunció en su discurso de investidura el ingreso de España en la OTAN como una de sus propuestas, aunque recibió por ello fuertes críticas procedentes de socialistas y comunistas (Soto Carmona, 1998: 99).

Felipe González ante las cámaras: elecciones generales de 1982

En materia económica, España atravesaba por aquella época una acuciante crisis económica, a lo que se añadía uno de los problemas más preocupantes para la sociedad: el paro. Felipe González se presentó a las elecciones de 1982 con el objetivo de crear unos dos millones de puestos de empleo para los españoles. Un fin que, sobre todo, la oposición le arremetió en continuadas ocasiones por su imposibilidad de conseguirlo.

La alarmante necesidad de lograr constituir tal número de puestos profesionales se debió a que en el período de 1980 a 1982, la población ocupada descendió en más de 800.000 personas, y por otro lado, el paro se duplicaba, llegando a registrarse más de un millón de personas (Estefanía Moreira, 2013: 138).

Por su parte, Tusell acuña la ardua situación del desempleo al “crecimiento de la mano de obra activa en un país joven, en comparación con otros europeos, por el regreso de los emigrantes y por la incorporación de la mujer al mercado del trabajo. [...] El crecimiento económico fue negativo en 1980 y 1981, mientras que la inflación se estancaba en torno al 14-15 por 100 y el déficit acumulado en la balanza de pagos del periodo 1980-1982 se elevaba a 14.279 millones de dólares” (1999: 229-230).

Y es que “la década de los ochenta se había iniciado bajo el impacto de la segunda alza de los precios del petróleo. [...] En la economía española, la nueva alza de precios del petróleo anuló los efectos beneficiosos del ajuste efectuado por el primer Gobierno de la democracia española (los Pactos de Moncloa), durante los años 1977 y 1978. El crecimiento del PIB quedó frenado en 1979 y 1980 y tuvo una ligera disminución en 1981, lo que no ocurría desde los años cincuenta. [...] La situación de las empresas continuó agravándose por la capacidad ociosa y el incremento de los costes laborales y financiero. Las crisis empresariales se multiplicaron” (Estefanía Moreira, 2013: 137-138). Se pretendió redistribuir la renta de toda España bajo el cimiento de disminuir los salarios a los trabajadores. Un factor que crea tensión entre los profesionales y tiene, a su vez, consecuencias en la producción de las empresas a nivel nacional. Esto es lo que produjo un notable declive en la demanda de productos por parte de los consumidores, por lo que las empresas y compañías se vieron influidas negativamente en la venta de sus productos.

Según los datos publicados por Moreira en el período que transcurre desde el año en que se aprobó la Constitución Española hasta el año en que España experimentó un cambio en el poder con el triunfo de los socialistas, “el gasto público aumentó 8,4 puntos del

PIB, mientras la recaudación fiscal lo hacía solo en 3,5 puntos y, por tanto, el déficit de las administraciones públicas se disparaba, con un crecimiento de 3,9 puntos de PIB, hasta pasar del 1% del PIB en 1978 al 5,6% en 1982. Finalmente, la inflación, después de un ligero descenso en 1981, pareció haber tocado un suelo de resistencia en torno al 14,5% en 1981 y 1982. Por ello, apunta que “la magnitud de esos desequilibrios a principios de la década de los ochenta hacia obligatorio un período de ajuste antes de que los estímulos pudieran poner a la economía española de nuevo en la senda del crecimiento (2013: 138).

Por tanto, con respecto a la política económica, Felipe González consideraba que la reconversión “era un tema urgente ya que llevaba “cinco años de retraso”, a la vez que suponía “un coste enorme en modernización y una reducción en el empleo” (Soto Carmona, 2013: 207).

Por ello, entre las medidas que pretendía llevar a cabo se citan, entre otras, la búsqueda de saneamiento, para lo cual fue necesario hacer frente a la inflación, mediante medidas restrictivas, acompañada de la moderación de los costes salariales. [...] También se iniciaron una serie de reformas estructurales, siendo las más destacadas: la eliminación de intervenciones en el sector agrario, la reconversión industrial, la flexibilización de los mercados de trabajo y, en general, la liberalización de la economía. Se fijó como objetivo el saneamiento de las empresas, tratando de “salvar el máximo de puestos de trabajo posibles” en empresas “con fortísimas pérdidas” (Soto Carmona, 2013: 206-207-208). Carmona explica asimismo que la reconversión “no sólo se centró en las empresas públicas sino también en las privadas, y afectó a todas las empresas independientemente de su tamaño” (2013: 208).

Por otro lado, resulta relevante destacar la sociedad de bienestar que vino desarrollando en España ya desde el régimen dictatorial de Franco y que, por tanto, se asentaba en las reformas sociales de la última época del franquismo, la más cercana al paso hacia la democracia.

“El Estado de Bienestar bajo los gobiernos socialistas de los años 80 y primera década de los 90 se consolida, a la vez que se somete a un proceso de reforma permanente el sistema de Seguridad Social con el fin de garantizar la continuidad de los mercados de trabajos ahora crecientemente segmentados; universaliza los derechos sociales a la

sanidad y la educación; y amplía la construcción de un sistema de prestaciones asistenciales y servicios sociales que se sitúa entre el objetivo teórico de la universalización y su garantía y la realidad de su desarrollo limitado (servicios sociales, rentas mínimas) y, sobre todo, desigual entre Comunidades Autónomas” (Rodríguez Cabrero, 2013: 151).

Y en base a las Comunidades Autónomas, hay que citar que el sistema de organización en el que se basa España no es otro que un estado autonómico, es decir, el territorio español se constituye en CCAA divididas en provincias, en las que, a su vez, están presentes los diversos municipios que las componen. De este modo, en base a esta forma de organización, se garantiza que las Comunidades Autónomas tengan potestad legislativa y personalidad jurídica propia que les permite establecer sus propias normas por las que regirán sus regiones en función de sus propios intereses (Soto Carmona, 1998: 99).

Aunque una de las primeras iniciativas del Gobierno del PSOE consistió en intentar “controlar” y “racionalizar” el proceso de transferencia de competencias a las Comunidades Autónomas mediante la llamada Ley Orgánica de Armonización del Proceso Autonómico (LOAPA), finalmente anulada por el Tribunal Constitucional (Núñez Seixas, 2013: 117).

A pesar de ello, “el diseño del mapa presentó serios problemas. Uno de ellos fue el de Navarra, debido a la intención de los nacionalistas vascos de integrarla en el País Vasco. La decisión de los navarros fue de constituirse en comunidad foral. [...] Otro de los problemas fueron los protagonizados por Segovia y León, al no querer integrarse en la Comunidad de Castilla y León, aunque se resolvieron por sendas sentencias del Tribunal Supremo y del Constitucional a favor de su integración en la citada comunidad. Por último, también hubo conflictos, aunque menores, con la integración de Madrid en la Comunidad de Castilla-La Mancha, resolviéndose a favor de la existencia de dos comunidades distintas; o con Cantabria y La Rioja (comunidades uniprovinciales), al estar históricamente incluidas en Castilla la Vieja” (Soto Carmona, 1998: 100).

Finalmente, a fecha de 25 de febrero de 1983, España está constituida por un total de 17 Comunidades Autónomas, de las cuales cinco se consideran como “nacionalidades”,

que son País Vasco, Galicia, Andalucía y Valencia; una comunidad foral, que es Navarra; y el resto, regiones.

Por ello, Powell subraya que “el otro gran caballo de la oposición conservadora fue su oposición a la reforma educativa impulsada por el PSOE. Los socialistas habían cuestionado la constitucionalidad de la Ley Orgánica del Estatuto de Centros Escolares aprobada por UCD en 1980, por estimarla excesivamente favorable a la enseñanza privada, recurso que fue destinado por el Tribunal Constitucional en febrero de 1981. A pesar de ello, el gobierno socialista sustituyó el texto vigente por una nueva Ley Orgánica del Derecho a la Educación (LODE), que pretendía que las escuelas concertadas que recibiesen financiación pública se comprometiesen a cumplir ciertas condiciones que la patronal educativa y muchos docentes católicos estimaron abusivas” (2013: 394).

Históricamente, la mayor parte de los autores coinciden en señalar que los comicios del 28 de octubre de 1982 en España fueron las elecciones del cambio. Y este cambio no vino propiciado únicamente en el eslogan “Por al cambio” con el que los socialistas decidieron presentarse a estas elecciones sino también, por un lado, por los propósitos de progreso hacia una democracia que ya se vaticinaba y a la que nada le faltaba para consolidarse; y, por otro lado, por la existencia de una España donde las libertades individuales de los ciudadanos estuvieran presentes en base a la garantía de la Constitución democrática.

“Ese día de octubre de 1982 comenzó otra era en España: la época del cambio. Pocos días antes, en plena campaña electoral, el entonces aspirante a presidente de Gobierno y secretario general del PSOE, Felipe González, explicaba en una entrevista a *TVE* (la única televisión existente en la época) en qué consistía ese cambio: “Que España funcione”. Definición muy poco ideológica y aparentemente humilde, pero ciclópea en su parte práctica y decisiva para un país que en su historia había consentido que sus instituciones dejaran de funcionar tantas veces. El eslogan “Que España funcione” caló mediáticamente con mucha profundidad. Una nueva generación llegó al poder esa jornada, apoyada por el voto de más de 10 millones de españoles que pretendían olvidarse del pasado sórdido y de la incertidumbre de los años más duros de la transición” (Estefanía Moreira, 2013: 134).

Y es que, “la campaña de 1982, a diferencia de las de 1979, fue muy activa, sobre todo por parte del PSOE, el cual consiguió que su eslogan electoral (“Por el cambio”) fuera el eje central de todos los debates. El PSOE se presentaba con una imagen limpia y ética, un programa equilibrado que se situaba en el progresismo propio de su ideario y en la moderación para poder recibir votos de UCD, y en una gestión en los municipios, en general, eficaz” (Soto Carmona, 1998: 112).

Un cambio que, además quedó reflejado en las urnas, porque, si hasta entonces, el país había estado gobernado por la derecha de Adolfo Suárez (exdirigente de UCD y líder por aquel momento de Centro Democrático y Social), a partir de ahora, serían los socialistas los que accederían a la presidencia del poder con Felipe González a su cabeza.

Cabe destacar, por tanto, la exitosa victoria del PSOE, pero también el importante ascenso de Alianza Popular, que se colocó como el principal partido político de la oposición. Por otro lado, resulta relevante señalar tanto el hundimiento que sufrió UCD en estas elecciones unido a sus controversias internas ocasionadas por la desorganización interna que padecía la coalición, como la derrota con la que tuvo que conformarse el CDS de Adolfo Suárez, algo que el propio Suárez atribuyó a la escasez de tiempo desde que se había fundado el partido.

“Las características fundamentales de este excepcional éxito electoral son las siguientes: el clamoroso éxito de un partido (el PSOE,) que después de haberse estabilizado en las dos elecciones precedentes en torno al 30% de los votos, ha saltado de golpe a más de un 48% y ha conquistado la mayoría absoluta de los escaños; la caída de un partido en el Gobierno (UCD) que, después de afirmarse en dos elecciones consecutivas con un porcentaje de votos alrededor del 35% y llevar las riendas del país durante los cinco años de la transición, se precipitó a menos de un 7%; y el importante retroceso de un partido histórico (el PCE), protagonista de la resistencia al franquismo, que, al perder dos tercios de sus electores y conservar tan sólo cuatro diputados, corre el riesgo de quedarse fuera del escenario parlamentario” (Caciagli, 1984:86-87).

Se trata de unas elecciones en las que triunfaron el cambio hacia una nueva sociedad que se pretendía asentar sobre un régimen totalmente democrático y por lo que Felipe González abogó continuamente a lo largo de las conferencias y mítines que ofreció en su recorrido por las diversas Comunidades Autónomas que conforman el territorio

español. Uno de los elementos comunicativos empleados, de nuevo, es la campaña electoral y del que hicieron uso todos los partidos políticos, fue la televisión.

1.2. LA TELEVISIÓN Y LOS CAMBIOS POLÍTICOS

La televisión se ha considerado desde su nacimiento un elemento fundamental en todos los ámbitos. En el caso de la política también y es que “las interrelaciones de la televisión con la política son realmente ancestrales. Empezando una hipotética lista por lo más evidente: son los políticos los que establecen el marco jurídico en el que se desarrolla la actividad televisiva. Y terminándola por la constatación más tangible: en muchas de las sociedades contemporáneas el ciudadano/consumidor/público televisivo es también elector, y esa condición, obvio es decirlo, inevitablemente crea pasarelas y coincidencias entre los sistemas de comunicación política y el propio sistema televisivo” (Palacio, 2012: 203).

No cabe duda, por tanto, la enorme pujanza que ha ejercido el medio televisivo desde sus orígenes. Se trata de un medio que crea un contacto directo entre emisor-receptor, y sobre todo, en el terreno de la política, donde precisamente los políticos hacen uso de ella para transmitir sus mensajes propagandísticos y propuestas de cara a los comicios electorales; algo que se conoce como comunicación política televisiva.

“La influencia de los medios de comunicación es importante en la adquisición de conocimientos del electorado y en su decisión sobre quién decide gobernar. Pero el principal agente, que ha transformado el camino de los políticos, es la televisión” (Berrocal, 2003: 55).

La televisión nació un 28 de octubre de 1956 cuando Gabriel Arias Salgado, ministro de Información y Turismo por aquel entonces, inauguró de forma oficial la televisión en España. Un acto en el que no estuvo presente el Generalísimo Francisco Franco, lo que manifiesta una falta de conciencia con respecto al enorme poder de influencia que tiene el medio televisivo en los ciudadanos (Martín Jiménez, 2013: 41).

El arranque de *Televisión Española* como medio de comunicación supuso el nacimiento de la única cadena pública televisiva existente por aquellas fechas, por lo que el monopolio televisivo quedaba, en este sentido, patente. Y es que cuando el medio

televisivo inició su andadura en España, retomarí­a el papel que, hasta ese momento, había llevado acabo el Noticiero y Documental, más conocido como No-Do.

A lo largo de la Transición Española, *TVE* se fue consolidando paulatinamente y a la par se alzaba como un medio de referencia en la información. En este sentido, y como norma prioritaria, se puso en marcha la elaboración y constitución de un estatuto que fijara las bases legales sobre las que se sustentaba dicho medio.

Fue el catedrático de derecho administrativo, José Luis Villa Palasí, el encargado de realizar el anteproyecto de dicho estatuto de televisión. La propuesta diseñada por Palasí fue el proyecto que la propia UCD presentó a las Cortes en dos ocasiones: la primera de ellas en diciembre de 1978, y la segunda apenas cinco meses después, en mayo de 1979. A pesar de la puesta en marcha de otro proyecto de ley en fechas previas a las anteriormente citadas (noviembre de 1978), a cargo, en este caso, del Partido Comunista de España, finalmente, y tras un largo proceso, salió a la luz el proyecto planteado por el equipo de Gobierno de aquel entonces. El estatuto se aprobó en la sesión plenaria del Congreso del 27 de septiembre de 1979, dando lugar, en este sentido, al Estatuto de la Radio y la Televisión, vigente, aunque con ciertas modificaciones, hasta hace tan sólo ocho años atrás (Palacio, 2012: 220 y 221).

Un estatuto que, según expone Juan Jesús González, “si bien postulaba los ideales de un servicio público autónomo y plural, dejaba en la práctica en manos del gobierno la posibilidad de controlarlo” (2013:494).

Y es que, en verdad, el proyecto pudo contar con el apoyo y la oposición de determinados grupos políticos, como así lo cita Manuel Palacio, ya que, “UCD propuso un modelo radiotelevisivo como el italiano, que trasladado a España significaba que el control de la primera cadena correspondería al partido en el gobierno, el de la segunda al de la oposición principal, la tercera cadena sería la de las regiones y la cuarta podría cederse a la iniciativa privada. El PSOE, además de su oposición frontal a dar entrada a la iniciativa privada, consideró, como finalmente aparece en la ley, que no era adecuado fraccionar el control de las cadenas y que todas debían ser organizadas compactamente” (2012: 221).

El artículo 20 de la Constitución de España, ratificada en 1978, está vinculado con los medios de comunicación y la libertad de expresión que ampara a los periodistas a la

hora de ejercer su labor profesional. Por tanto, a partir de la norma suprema como es la Constitución queda garantizada la regulación de aquellos medios públicos que dependen del Estado, como es el caso de *Televisión Española*. Según expone Martín Jiménez, “la *pequeña pantalla* pasó a ser considerada un instrumento de relación directa entre el Gobierno y los ciudadanos-espectadores. Así, las cámaras sirvieron como cadena de retransmisión de todo el proceso de cambio e intentaron propiciar una opinión pública favorable a lo concertado por los dirigentes. Y, por otra parte, las campañas televisivas, los programas de contenido didáctico o los mensajes del presidente o miembros gubernamentales se convirtieron en un elemento indispensable para la consecución de la Transición” (2013: 77).

A medida que se avanzaba en el tiempo, la televisión pasó a ocupar un papel más relevante en la sociedad. Se podría decir que Adolfo Suárez además de ser el primer presidente de la historia de la democracia española, fue también el primer presidente televisivo de España. Aunque el arranque de la comunicación política televisiva en España se dio, de forma incipiente, ya con Carlos Arias Navarro cuando compareció ante las cámaras de *TVE* el 28 de abril de 1976 desde su despacho para trasladar su mensaje a todos los españoles acerca del futuro del país y los planteamientos que desde el Gobierno sugerían.

La aparición de Arias Navarro no tiene nada que ver, sin embargo, con la intervención en televisión de Suárez el 6 de julio de 1976 que eligió como escenario para la grabación su propia casa. “Que el joven presidente hable a los españoles desde su casa establece una enorme cercanía con los televidentes y, desde luego, es una novedad comparada con la imagen institucional de Carlos Arias” (Palacio, 2012: 121).

Adolfo, como recién presidente nombrado por el Rey de España Don Juan Carlos de Borbón, se dirigió a los españoles para lanzar su mensaje, a través del cual quería transmitir el ímpetu con el que pretendía conducir a España hacia el camino correcto. “El nuevo presidente, a través de su aparición en la cadena pública, transmitió a los espectadores su deseo de dirigir la nación desde la opinión pública, abriendo así una puerta a un proyecto reformista de transición” (Martín Jiménez, 2013: 73).

Sin embargo, un punto relevante a destacar a lo largo de su intervención es, como expone Manuel Palacio, que “nadie ha podido atestiguar si en una fecha inicial como el

6 de julio de 1976 Adolfo Suárez tenía la intención de presentarse a unas elecciones democráticas, pero cuando lleva en el cargo de presidente apenas setenta y dos horas se comporta como si ya lo tuviese” (2012: 121).

En la comparecencia de Adolfo Suárez ante las cámaras de *Televisión Española*, quedó plasmado el manejo de este joven presidente con los medios de comunicación, en concreto, con el televisivo; ya que como alega Manuel Palacio, “la primera aparición individual de Adolfo Suárez en televisión, en la que casi se presenta como <<presidente por accidente>>, fija para la memoria colectiva una peculiaridad de su hacer político que estará en la base de su imagen con vocación histórica: su buena relación con la televisión” (2012: 123).

En cualquier caso, la aparición de uno de los presidentes de Gobierno más jóvenes de Europa ante las cámaras de televisión, supuso un salto en el camino de la comunicación política. Si hasta entonces esta había sido escasa y medianamente nula, a partir de entonces, el medio televisivo, como vehículo de comunicación, se podría considerar como el vínculo de unión directa entre el televidente y el político.

Por tanto, en los inicios de la Transición Española, se produjo un cambio en el ámbito de la comunicación política. Estamos ante una nueva forma de hacer política, de ahí que las primeras elecciones generales de la historia de España, las del 15 de junio de 1977, supusieran el comienzo de las *video-elecciones*.

“La diferencia con las anteriores citas con las urnas estribaba en que a finales de los setenta la *pequeña pantalla* se había convertido en un medio influyente. [...] Y eso provocó que por primera vez en España a los ciudadanos les fuera posible seguir la campaña y decidir o afianzar su voto sin salir de su hogar. La televisión había pasado a ser un nuevo escenario de la comunicación política electoral, imprescindible para la consecución de los objetivos de los partidos” (Martín Jiménez, 2013: 137).

El mundo de la política estaba experimentando un cambio a grandes rasgos, en cuyo epicentro se ubicaba la televisión. De tal forma que se hablaba de términos como *teledemocracia* que, según Salomé Berrocal, “la *teledemocracia* no sólo es el resultado de la influencia que ejerce la televisión sobre la campaña electoral, sino que su concepto y definición es mucho más amplia: abarca el cambio sufrido por un sistema político,

significa una nueva forma de comunicar y vivir la política que no puede distanciarse de este medio de comunicación” (1996: 92).

No cabe duda, por tanto, que se dio un paso importante. La televisión se convirtió en la gran protagonista de los comicios electorales desde entonces, ya que comenzó a imperar una nueva forma de hacer política. Por tanto, la *video-política* se empezó a consolidar en España, y es que “la campaña electoral clásica centrada en el mitin político está siendo sustituida por la campaña hecha para los medios, y más concretamente para la televisión, ya que es el medio elegido de forma mayoritaria por los electores para seguir la campaña electoral” (Berrocal, 1996: 148).

Había cambiado el modo de hacer política, y es que, con la consolidación paulatina de la comunicación política televisiva, el líder político aparecía en televisión para lanzar el mensaje de su partido, para pedir el voto a los ciudadanos e influir en la decisión del mismo de cara a las elecciones. De ahí, la envergadura que tuvo el medio televisivo como nexo de unión entre el emisor, el político, y el receptor, el televidente/espectador.

De hecho, la televisión se había convertido en el medio elegido mayoritariamente por los ciudadanos para informarse, ya que permitía una comunicación directa entre ambos, de forma que el mensaje calaba en el público, cumpliendo, en este sentido, una de las funciones que siempre ha perseguido la televisión como es la de persuadir. De hecho, el espacio temporal con el que contaba cada uno de los partidos para ofrecer sus propuestas políticas, expuestas detalladamente en sus correspondientes programas electorales, servía para luchas contra sus adversarios, es decir, contra el resto de partidos políticos que también se presentaban a las elecciones.

“La televisión en el hogar supone la aparición de un medio de comunicación capaz de atraer mayor audiencia que ningún otro, capaz de alterar las costumbres de la familia para adaptarse a la posición de la pantalla, capaz de unificar a la audiencia al ser un medio de masas, pero igualmente capaz de aislar al individuo al disminuir la necesidad de contacto interpersonal para lograr una comunicación efectiva. Es el medio elegido mayoritariamente para informarse y entretenerse, y consecuentemente producirá un efecto formador sobre el individuo” (Berrocal, 1996: 109-110).

Los comicios electorales de 1977 marcaron un hito en la renovación de la comunicación política en España. Y esta misma tónica se siguió sucediendo en las respectivas

elecciones que llegaron más tarde. Es el caso de las elecciones generales de 1979, donde también se impuso el denominado *american-style* o también llamado la americanización de las campañas electorales. Dos términos vinculados con los anteriormente nombrados como son *video-política*, *video-líder* o *video-elecciones*. A partir de entonces, “el probado poder político de la cadena estatal contribuyó a que las campañas se estructuraran en torno a una creciente *video-dependencia*, donde primaba la imagen” (Martín Jiménez, 2013: 253).

Es decir, la imagen del político comenzó a ser una cuestión relevante frente a los comicios, puesto que el líder que encabezaba el partido, reunía en su persona, el mensaje, las propuestas del programa y a todo el partido político, en general. Por tanto, es evidente “la importancia que tiene la imagen del político, y más aún cuando hay un medio capaz de llevar esa imagen hasta millones de espectadores” (Berrocal, 1996: 86).

La presencia adecuada y el buen cuidado de la imagen de los políticos pasaron a ser dos puntos imprescindibles a tener en cuenta, y de ello, se encargan los asesores políticos, ya que, en palabras de Salomé Berrocal, “el lograr un buen discurso político en televisión se transforma en un oficio con sus especialistas”. Añade además que “el cuidado de la imagen de los políticos y el nacimiento de una profesión dirigida precisamente a salvaguardar esta estética es un efecto más de la incursión televisiva en la vida política” (1996:89).

Las modificaciones transformaron en buena medida la comunicación política televisiva y, en medio de ello, *Televisión Española (TVE)* como única cadena pública existente en aquellas fechas jugó un papel esencial a lo largo de toda la Transición Española. De hecho, como alega Virginia Martín Jiménez, “la televisión sirvió para hacer llegar a los españoles un plan muy concreto de democratización. Este proyecto, liderado por el Rey y dirigido por Suárez, hizo de la *pequeña pantalla* una de sus armas estratégicas fundamentales para socializar a los españoles en la cultura democrática” (2013: 45).

Históricamente, hablamos de una época en la que se colocaban los cimientos para la construcción de una nueva casa, de una nueva era en la que España veía la luz después de un largo período de dictadura, bajo el mando de Franco, al que los españoles se vieron continuamente sometidos.

Sin embargo, el paso a la democracia, que ya se venía dando paso a paso en el proceso histórico de la Transición Política, se hizo más patente a partir de 1982, año crucial no sólo para los socialistas que triunfaron en las urnas en la jornada del 28 de octubre, sino para los españoles, porque, a partir de entonces, se avecinaba un cambio en la política, que hasta entonces estaba siendo gobernada por el centro-derecha de Adolfo Suárez, y ahora, sería Felipe González y su partido político quien se pusiera manos a la obra e intentaría sacar, poco a poco, a España de los graves problemas en los que se veía sumida.

2. MARCO TEÓRICO: LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN TELEVISIÓN

La influencia de la televisión en los votantes durante una campaña electoral puede ser decisiva, pues para un número muy alto de ciudadanos es la única fuente de información (Berrocal, 2003: 207). Los medios de comunicación se convierten en la base de información a lo largo de las campañas electorales. En concreto, los diarios escritos y los medios radiofónicos han sido protagonistas de multitud de sucesos periodísticos.

Con el paso del tiempo, la televisión se ha ido convirtiendo en un elemento fundamental en las elecciones tanto para gobernantes como para gobernados, y, de hecho, el número de televisores ha ido aumentando en los hogares españoles. Aunque, es cierto que este cambio ya se venía dando desde los últimos años del siglo XX cuando tuvieron lugar las primeras elecciones democráticas de la historia de España. Así lo expone Salomé Berrocal, quien apunta que “el contacto directo ha sido reemplazado por el conocimiento televisado. La televisión es utilizada durante la campaña en distintos sentidos: conocer las diferencias entre los partidos, informarse de los programas electorales, conocer mejor a sus líderes, reforzar o decidir su voto” (2003:63).

En los inicios de la democracia en España, TVE, era la única cadena de televisión, y además era un medio público; lo que le otorgaba una mayor influencia, en la gran mayoría de las ocasiones, a la hora de efectuar la decisión de voto por parte de los electores; puesto que la televisión es uno de los principales mediadores en la comunicación política y se convierte durante las campañas electorales en un agente influyente en la percepción de los partidos y de sus candidatos (Berrocal, 2003: 245).

A lo largo de las campañas electorales, como apunta Salomé Berrocal, “el objeto de los partidos políticos y sus líderes es alcanzar la victoria electoral”, pero a pesar de ello, “las investigaciones realizadas, en el campo de la comunicación política, tienden a señalar que la campaña televisada resulta sólo decisiva en situaciones de empate técnico, ya que la mayor parte de la población decide su voto antes de la campaña oficial. Pero es también una fórmula para indicar la presencia, la fuerza y las armas con las que cuenta cada uno de los partidos políticos” (2003: 137).

En este sentido, los partidos políticos cuentan con mayores ventajas al poder ofrecer sus campañas electorales a través de la televisión, ya que el aparato televisivo suele ser el

medio de comunicación elegido mayoritariamente por los ciudadanos al permitirles observar las competencias de cada partido político de cara a las elecciones.

No obstante, como se apuntaba anteriormente, que siempre hay una parte de la población que se muestra fiel con sus ideales, con sus ideas políticas, con su ideología, y que, por tanto, la decisión de voto no se ve afectada por la mayor o menos efectividad de cada partido político a la hora de ofrecer sus propuestas políticas con respecto a los comicios. Sin embargo, hay otra parte de los ciudadanos que se incluyen dentro de la minoría que podría denominarse indecisa, y sobre este colectivo, resulta decisivo el hecho de efectuar una buena campaña electoral, para conseguir que el voto se dirija hacia un determinado partido. “En el caso del votante indeciso, considerado como el individuo sobre el cual los factores del entorno no tienen tanta fuerza como para hacerle tomar una decisión, será donde los medios en general-y la televisión en particular-jugarán su papel más importante” (Berrocal, 2003:153).

Para ello, los partidos políticos cuentan con un determinado periodo de tiempo a través del cual pueden ofrecer sus anuncios o *spots* electorales así como todos aquellos que consideren necesario de su partido.

A principios de la década de los 80 únicamente existía una cadena de televisión, que era *TVE*. Sin embargo, a finales de 1989 empezaron a emerger nuevas cadenas de televisión privadas, y fue, a partir de aquí, cuando la competencia se hizo efectiva. Dentro de esta línea, cabe destacar el sesgo ideológico que cada televisión ofrece en base a sus ideales postulados.

Por ello, teniendo en cuenta el libro “Comunicación política en televisión y nuevos medios”, que se enmarca en las elecciones de 1993, cuando ya existían, por tanto, nuevos competidores frente al monopolio de *Televisión Española* concurrido anteriormente, “la cobertura que la televisión realice de los actos electorales puede ofrecer una información sesgada al telespectador. Cada cadena da una información distinta de un acto electoral (un mitin por ejemplo) en función de varios factores: línea editorial, directo o diferido, noticia larga o corta, noticia con o sin cortes de voz, sólo un comentario del presentador con/sin imágenes, imágenes con/sin planos de público, incluso si la cadena da la noticia o no la da. Todas estas variantes hacen que la información que le llega al espectador pueda no ser del todo real, ya que no reproduce

fielmente lo ocurrido. El único caso en que la cobertura tendría un sesgo mucho menos sería el del mitin ofrecido de forma completa y en directo” (Berrocal, 2003: 207).

Las elecciones no son más que enfrentamientos entre partidos que apuestan por ofrecer cuantiosas medidas con las que se mejore el contexto en el que, sobre todo política y económicamente, se encuentre el país. Y, debido a esta lucha por acceder a la presidencia del Gobierno, es necesario llevar a cabo una estudiada campaña, para la que se hacen totalmente necesarios también la presencia de asesores políticos que estudien las directrices de la campaña electoral y la imagen que los líderes políticos deben ofrecer a través de la televisión de cara al público. “El marketing político nace al amparo de las nuevas necesidades de la comunicación política, que ahora exige a sus protagonistas toda una estrategia en cuestión de imagen y compostura ante los ciudadanos, que es la base del lenguaje político televisivo” (Berrocal, 2003:71).

No cabe duda, por tanto, que la televisión era y es la base de los políticos durante las campañas electorales. Por ello, “el político tiene en los medios de comunicación una herramienta que debe utilizar con eficacia, pues por ingeniosas que sean las ideas que se plantean y adecuados los programas de actuación que se proponen, si no se saben presentar a la ciudadanía, no tendrán éxito [...] Sin una buena comunicación, la acción política es baldía” (Yanes Mesa, 2009: 86). Se puede decir que el político es uno de los factores de los que depende el éxito de la comunicación política.

Por tanto, son los políticos los que utilizan los medios de comunicación, y en especial el aparato televisivo, como el escaparate a través del cual muestran sus mensajes de tal forma que consigan calar al público, que es, en resumidas cuentas, en quien deben depositar la confianza necesaria para obtener su voto. “El objetivo de toda fuerza política o movimiento social es lograr persuadir a un público para conseguir que le aporten su apoyo, es decir, su voto, que es el requisito imprescindible para tener la posibilidad de llevar a cabo las ideas que defienden” (Yanes Mesa, 2009: 86).

Echando una mirada atrás, la campaña del 15 de junio de 1977 significó el inicio de las “*video-elecciones* [...] y el resultado de esos primeros comicios generales de la Transición se convirtió en una prueba fehaciente de que la televisión era un medio indispensable para lograr el apoyo de los telespectadores-votantes” (Martín Jiménez, 2013: 251).

Es decir, por primera vez en la historia de España, un presidente como fue Adolfo Suárez decidió hablar directamente ante las cámaras de *TVE* con el fin de contar su proyecto de gobierno. Un paso más en la comunicación política, ya que a partir de entonces “la televisión es considerada por los políticos como un arma poderosa tanto para comunicarse con el pueblo día a día (transmisión de asuntos públicos) como para ejercer su influencia a la hora de mantenerse en el poder o ganar el mismo (campaña electoral). La política quiere estar en televisión, y ésta por su audiencia se convierte en principal transmisora de la comunicación política” (Berrocal, 1996: 75).

Se estaban transfiriendo a España las técnicas en comunicación política ya utilizadas en los Estados Unidos, por lo que, como se suele decir, la *americanización* de las campañas electorales estaba haciendo eco ya en su correspondencia a la relación entre políticos y medios de comunicación. De hecho, los líderes de los partidos utilizan la televisión como “principal forma de comunicación política; los ciudadanos también seleccionan la televisión como mejor fórmula para estar informados en política” (Berrocal, 2003:66); ya que, estamos ante una nueva forma de comunicación política, en la que los candidatos son seleccionados en función de su imagen, la cual tiene que ser cuidada rigurosamente por asesores políticos al ser la imagen del partido.

Se efectuó, por tanto, un gran paso en la comunicación política televisada ya que, a partir de entonces, los partidos políticos contarían con un espacio temporal en el que sacar a relucir sus propuestas de cara a las elecciones, y tratar de captar así al mayor número de votantes, siendo así este tiempo el periodo que disponían para vencer a sus adversarios.

Los líderes que encabezarían dichos partidos se convertirían en la cara más visible de los mismos, y serían los encargados de poner voz a los mensajes que pretendían lanzar. De esta forma, con el uso de este nuevo tipo de técnicas, se conseguía crear un ambiente de cercanía con respecto al telespectador.

No cabe duda que la televisión se estaba convirtiendo en un importante recurso estratégico si hablamos de términos tanto electorales como televisivos. Y es que en las segundas elecciones generales de la Transición, las de 1979, se volvió a recurrir al uso de este aparato, de tal forma que “la *video-política*, y más concretamente *las video-elecciones*, se consolidaban en España, demostrando que ya no hacía falta recurrir a los

mítines multitudinarios para vencer en las urnas. Bastaba tan sólo con hacer uso de la *pequeña pantalla* para entrar en los hogares de los votantes” (Martín Jiménez, 2013: 257).

En este sentido, afirma Rafael Yanes Mesa, la televisión había pasado a ser un nuevo escenario de la comunicación política electoral, imprescindible para la consecución de los objetivos de los partidos. Y añade además que “sin la *pequeña pantalla* como intermediario y nuevo espacio público, las agrupaciones recientemente legalizadas se encontrarían incapaces de llegar con eficacia a la ciudadanía y persuadirla” (2009: 28). Por tanto, la televisión se convierte en el medio más eficaz entre gobernantes y gobernados, puesto que son, por un lado, los primeros, es decir, los gobernantes, los que utilizan el medio audiovisual como su máximo escaparate a través del que pretenden difundir sus mensajes, y son, por otro lado, los segundos, es decir, los gobernados, los que seleccionan el aparato televisivo como el medio a través del cual informarse de cara a la decisión final de su voto en los comicios electorales.

El papel que juega la televisión, desde aquel entonces, a lo largo de las campañas electorales es crucial. La comunicación política televisiva comenzó a emerger en las primeras elecciones democráticas de España, por lo que esto significó un paso importante en España. Una comunicación que estaba basada en el uso de estrategias, intensamente estudiadas, por parte de los líderes políticos.

Los políticos quedan siempre en manos de asesores especializados en esta materia que estudian tanto la comunicación verbal como la no verbal, puesto que tan importante es el mensaje a difundir como los gestos, el comportamiento o el vestuario, por ejemplo, que cada uno de ellos porta de cara al público elector que, a fin de cuentas, es a quien deben comprar su voto.

Si hablamos, por otro lado, de personalización política, “el ejemplo máximo de la personalización política resulta cuando la valoración de un candidato se convierte en la cuestión fundamental para que el electorado decida en unos comicios cuál debe ser el partido gobernante” (Berrocal, 2003: 63).

Centrándonos en el caso de Felipe González, hay que destacar la magnitud de la presencia de su imagen a lo largo de las campañas electorales en el medio televisivo. Se puede considerar a González como un ejemplo máximo de personalización política ya

que las campañas estaban protagonizadas en su mayor parte por su aparición, desde los *spots* hasta cualquier otro elemento de difusión propagandística presentado por parte del partido de cara a las elecciones.

Prueba de ello es que, como señala Martín Jiménez, la campaña televisiva de los socialistas en las primeras elecciones de la Transición “estuvo monopolizada por la imagen de Felipe González, quien apareció en los tres espacios propagandísticos que les tenía reservada la cadena estatal” (2013: 163). Y de hecho, en la misma línea continua en los siguientes comicios electorales celebrados en España, los de 1979, en éstas “el personalismo, encarnado en el secretario general, se fortaleció aún más con respecto a las votaciones de 1977” (Martín Jiménez, 2013: 273).

Hablamos de un personaje totalmente carismático, que además de tener un manejo absoluto ante las cámaras de televisión, sabe también dirigirse a través de ellos a la audiencia que le escucha al otro lado del aparato televisivo. Por tanto, la personalización, que se encarna en la persona de Felipe González, adquiere aún mayor importancia gracias al medio audiovisual como es la televisión.

Está clara la importancia que adquirió en su día el medio televisivo. Así lo expone Salomé Berrocal, quien señala que “el nacimiento de la televisión y su rápida extensión consiguiendo audiencia han logrado de ésta, el convertirse en el medio de comunicación por excelencia de la comunicación política”. Y cita, por otro lado, la personalización política como uno de los efectos a los que conduce el fenómeno denominado como *teledemocracia*. Berrocal destaca que, junto con la personalización, “la simplificación política y un nuevo lenguaje político, convergen en una nueva forma de hacer política dentro de los sistemas democráticos más pendientes ahora: de los líderes que del partido, de la imagen que de las ideologías, y del entretenimiento que de la información” (1996:91).

A lo largo de las diferentes campañas en las que se hizo partícipe, González tenía un gran poder de convicción con sus palabras, era una persona que transmitía en sus mítines o en sus conferencias una sensación de integridad y verdad en todo aquello que contaba. Los mensajes que lanzan los políticos, en general, deben conjugar, entre otros aspectos, claridad y concisión delante de una cámara. El político debe saber llegar al público.

Por ello, como afirma Salome Berrocal, “los candidatos que obtienen mayor cobertura mediática tiene mayor probabilidad de convertirse en los más célebres y las características personales o cualidades, que más a menudo destaca la información periodística, son también las que con mayor probabilidad citarán los electores en su descripción del candidato” (2003: 63).

Por otro lado, la imagen también es otro de los elementos a tener en cuenta en el medio audiovisual. El hecho de que un político tenga un buen aspecto físico y apariencia, y una correcta predisposición delante de las cámaras es un factor positivo. En este sentido, “el cuidado estético de las apariciones políticas y de sus protagonistas tiene la misma repercusión que la de cualquier miembro de nuestra sociedad imbuido en la cultura de la imagen. [...] Los políticos desean que su imagen consiga calar en el público, atraerlos a sus ideas, convencerlos de su actuación. El lograr un buen discurso político en televisión se transforma en un oficio junto con sus especialistas” (Berrocal, 1996: 89). Por tanto, “si el político es un emisor discursivo que continuamente emite su comunicación ideológica, es necesario que realice con coherencia todos estos mensajes para que ayuden a conformar una imagen sólida que represente una opción nítida ante los ciudadanos” (Yanes Mesa, 2009: 86).

3. LA CAMPAÑA SOCIALISTA DE 1982 EN TELEVISIÓN: TRABAJO DE CAMPO

La desorganización interna del partido de Unión de Centro Democrático junto con la posterior dimisión de Adolfo Suárez como presidente del Gobierno no pasó desapercibida para el partido de la oposición, el Partido Socialista, quien tenía, según se venía palpando, grandes papeletas para ganar aquellas elecciones generales de 1982. Y es que la derecha conservadora, además de venir gobernando el país desde su desembocadura en la democracia, pasaba por un mal momento como queda reflejado con los dos problemas que acaecieron en el seno de UCD anteriormente citados. Soto Carmona destaca que las relaciones de UCD con la Iglesia tampoco llegaron a ser del todo buenas, y este fue uno de los factores que ocasionó “duras fricciones en el seno de UCD, ya que una parte considerable de sus dirigentes no compartía la posición de la Iglesia. [...] Los conflictos internos tendieron a agudizarse con el paulatino desgaste del liderazgo de Adolfo Suárez, que comenzó a sentir la crítica de los barones que trataban de romper el modelo presidencialista establecido en el I Congreso” (1998:90).

En aquellos comicios electorales se avecinaba un cambio que modificara el rumbo de España, de tal forma que la política que imperase, a partir de ese momento, lograse un mejor futuro que el existente por aquellas fechas, ya que España estaba sacudida por una enorme crisis económica.

Sin embargo, fueron un conjunto de factores los que llevaron a los españoles a cambiar el rumbo de la política en España el 28 de octubre en las urnas electorales. Un rumbo que, al frente del PSOE, se embarcaba en una nueva dirección fundamentada en una base de derechos e igualdades de hombres y mujeres, y la garantía de existencia de unos servicios públicos de calidad, entre otras cuestiones.

Con el objetivo de analizar cómo fue el transcurso de la precampaña, campaña y post-campaña electoral del PSOE en los comicios de 1982, la investigación se ha centrado en examinar un amplio abanico de vídeos, en concreto, 14, referentes a dicha cuestión en una visita al Centro de Documentación de *TVE*. El estudio se hizo a partir de una selección, en primer lugar, por parte de *TVE* de aquellos vídeos (en una ficha Excel), que contuvieran asuntos vinculados al PSOE y su líder, González, en sus apariciones ante las cámaras de televisión. En el Centro de Documentación de *TVE* se estudió cada

una de las cintas siguiendo un mismo esquema, que fue a través de una ficha, la cual contenía una gran variedad de ítems que permitían valorar el contenido de estos vídeos. Entre estos factores a analizar, cabe destacar uno de los más relevantes como es la transcripción del contenido, es decir, lo que se observaba en el vídeo segundo a segundo. Otros de los principios a tener en cuenta fueron la duración o el tipo de vídeo, o los relacionados con cuestiones técnicas. Centrándonos en cuestiones políticas, se incidió en aspectos como la aparición del líder del partido político a estudiar, es decir, del PSOE y Felipe González. Y dentro de este factor, se añaden puntos como el tipo de vestimenta, el mensaje que transmite o los temas que se tratan, entre otros.

3.1. PRE-CAMPAÑA

“La Transición española, en lo que tiene de un proceso que recorre el camino desde un régimen carente de libertades a otro en el que gobierna el imperio de la ley, vivirá con su dirección un cambio cualitativo” (Palacio, 2012: 108). De un régimen autoritario a cargo del caudillo Franco a un régimen democrático, basado en un estado de derecho y en la consagración de una constitución que garantice los derechos y libertades de los ciudadanos.

Las elecciones de 1982 marcaron también un punto clave en la historia española, ya que, por primera vez, estaría al mando de la nación un partido político con una ideología contraria (PSOE) al partido que llevaba gobernando desde que vio la luz el período de Transición (UCD). Y algunos factores como la fragmentación interna del partido de Unión de Centro Democrático y la posterior dimisión de Adolfo Suárez como presidente del Gobierno, pudieron justificar el cambio de opinión de los ciudadanos en las urnas en el día 28 de octubre de 1982.

Un cambio anhelado desde el inicio de la pre-campaña de estos comicios electorales por el Partido Socialista, que dio comienzo el 14 de septiembre de 1982. Teniendo en cuenta el acceso a los videos disponibles en el Centro de Documentación de *TVE* de este período electoral, esta cadena emitió una entrevista en la que el protagonista fue Felipe González.

No sólo en su eslogan “Por el cambio” quedó plasmado esa transformación que querían que experimentase España, sino también en las intenciones que González mostraba en cada una de las entrevistas o mítines a los que acudía, donde remarcaba, en todo

momento, el mensaje que les llevó a la victoria: un cambio que suponía la defensa de la libertad. Para González el cambio era que “España funcione, no esté parada la Administración del Estado y esté al servicio de los ciudadanos, de tal forma que la sociedad sea justa e igualitaria” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982).

En una de las entrevistas que Felipe González concedió a *TVE* el 30 de septiembre de 1982 durante la pre-campaña electoral, el líder de los socialistas compareció, sentado en una silla de piel, frente a cuatro célebres periodistas: Pilar Urbano (comentarista política de *ABC*), Ramón Pi (comentarista político de diario *La Vanguardia* de Barcelona), José Oneto (director de *Cambio 16*) y Enrique Vázquez (redactor-jefe del diario *Informaciones* de Madrid). González, vestido con traje oscuro y camisa blanca, fue firme a la hora de transmitir su mensaje a los españoles en referencia a la crisis que acuciaba a España. Era consciente de que “el agujero que se ha creado en España es muy importante, y es más fácil destruir empleo que reconstruir el tejido socioeconómico” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982).

Se habían perdido más de un millón de puestos de trabajo, y el PSOE se propuso como una de las medidas planteadas en su programa electoral, la intención, aunque fuera complicado, de crear unos 800.000 puestos laborales a lo largo de toda la legislatura. Una tarea nada fácil de abordar, sin embargo, González reitera de manera rotunda que el poder sacar a España adelante, es uno de sus objetivos prioritarios. Era necesario generar actividad productiva en el país para lograr incrementos de valor económico que contribuyesen al crecimiento y la mejora.

El líder de los socialistas consideró que, a su juicio, “ha fallado fijar la atención en la inflación porque además de no controlar la inflación, se ha disparado el déficit y el número de parados ha sido mayor. En España no hemos crecido, tenemos una mayor tasa de desempleo y hemos tenido un incremento de la inflación. Por tanto, esta política debemos admitir que no ha servido de nada” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982).

Por otro lado, en el ámbito educativo, Felipe González abogó por la necesidad, no de acabar con la enseñanza privada a la que por aquel entonces acudían en torno a un 30% de escolares, sino de lograr que todos los niños y adolescentes, independientemente de su clase social, pudiesen gozar de una escuela de calidad. Por tanto, defendía la

existencia de una educación que no distinguiese a ricos y a pobres y, en este sentido, apoyaba la eliminación de una escuela elitista, como a él mismo le tocó vivir en su infancia: “No quiero la escuela estatalizada que yo viví de pequeño, no quiero adoctrinamiento sino libertad” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982). Por otro lado, estaban los medios de comunicación. Felipe González planteó su propósito de que Televisión Española, como cadena pública, no iba a estar al servicio de los intereses del partido de turno. Tras esta petición, la, por entonces, comentarista política del diario *ABC*, Pilar Urbano, apela directamente a González advirtiéndole de que eso quedaba grabado. Aun así González se mostró totalmente convencido en puntualizar que “quien usa la televisión en su beneficio, le sale mal la jugada y pierda su credibilidad” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982). Urbano, por su parte, consideró que “los medios de comunicación no son poderosos” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982); a lo que González se reafirmó en decir que “los medios de comunicación tienen una enorme capacidad de influencia social” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982). En esta ocasión llama la atención su posicionamiento. Ante la leve discusión con la periodista, el cabeza de lista de los socialistas no se muestra tan decisivo a la hora de hablar y lo demuestra al cambiar completamente de postura, que quizá denote algo de inseguridad con respecto a la cuestión que se estaba conversando.

Los medios de comunicación públicos están, de forma generalizada, a favor de los intereses del Estado y del partido de turno que gobierne en cada legislatura. Por ello, como expone Salomé Berrocal, la mayoría de las ocasiones “se suceden los gestos de manipulación política sobre la televisión pública por parte de quienes estén en el poder, y los intereses tanto comerciales como políticos impulsan la creación de televisiones privadas” (1996: 75).

Su aparición televisiva tenía por objetivo presentar, en líneas generales, los diversos temas que preocupaban a la sociedad española y, sobre todo, explicar el significado del cambio y las propuestas en las que se basaba su programa electoral. Una de las grandes polémicas españolas giraba en torno a la política exterior. En primer lugar, González alude a la existencia de “un servicio de exterior inadecuado, disperso y no coordinado”; y en segundo lugar, con respecto al ingreso de España en la OTAN, subraya, polémicas aparte, que “el punto decisivo sobre el que hay que reflexionar es la defensa del Estado, y sobre este punto uno puede articular una política” (*TVE*, Elecciones Generales 82, 30/09/1982).

Su semblante serio y su mirada fija hacia quien se dirigía, conseguía un efecto contundente al trasladar sus mensajes. González se mantenía en todo momento convincente, para lo que se apoyaba en argumentos sólidos y con base, transmitía siempre sus mensajes teniendo como base los ciudadanos, que eran, al fin y al cabo, a los que tenía que vender sus ideas para, de esta forma, conseguir su voto. El tiempo se quedó corto en la entrevista y tan sólo fue Enrique Vázquez quien agradeció finalmente la presencia de González en los estudios de Televisión Española así como el seguimiento de todos aquellos telespectadores que lo visionaron.

3.2. CAMPAÑA ELECTORAL

“Las campañas son un fenómeno concreto de la comunicación política, es el momento en el que los partidos políticos compiten por el poder para así conseguir poner en práctica sus ideas y ejercer su influencia” (Berrocal, 1996:148). Esta es la definición que ofrece Salomé Berrocal sobre la campaña electoral en la que los partidos muestran sus propuestas recogidas en sus correspondientes programas electorales y lanzan sus mensajes (en una gran mayoría de ocasiones son mensajes críticos de unos líderes frente a otros) con el único fin de hacer ver a los ciudadanos quien es el partido político con mejores opciones para gobernar el país.

Las campañas electorales han ido evolucionando a lo largo del tiempo. De una campaña centrada en los mítines a una campaña basada en los medios de comunicación, concretamente, la televisión. De hecho, Berrocal alude a la televisión “como el medio que mejor logra captar la atención sobre la campaña electoral, y además de una elección a otra cuenta con nuevos adeptos, frente a la radio que disminuye su potencia o la prensa que lo mantiene” (1996: 155).

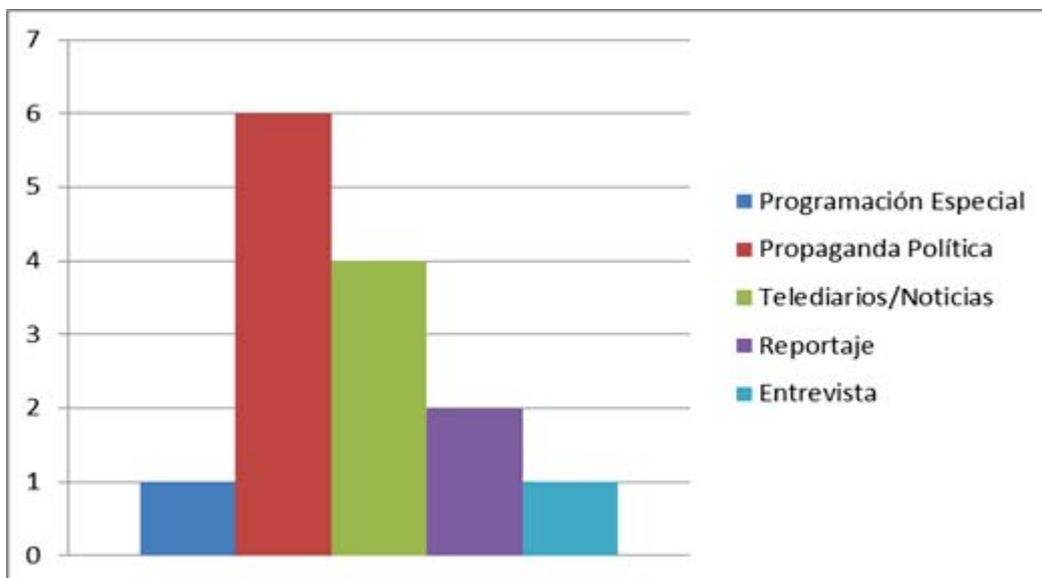
La campaña electoral del Partido Socialista fue la tercera económicamente más cara, por detrás de la de Unión de Centro Democrático y Alianza Popular, que costaron 1.500.000 y 1.300.000 pesetas respectivamente. En el caso del PSOE se llegó a invertir algo más de 1.120.000 millones de pesetas. Una campaña que, según Soto Carmona, fue muy activa, ya que consiguieron que su eslogan “Por el cambio” fuera el foco central de su campaña (1998: 112).

Alfonso Guerra, vicesecretario del Partido Socialista, fue el encargado de dirigir la campaña electoral de estos comicios, que se inició el 4 de octubre de 1982. Guerra

Felipe González ante las cámaras: elecciones generales de 1982

concibió la campaña con el propósito de dar a España el cambio que los socialistas y los ciudadanos querían y necesitaba, respectivamente. De hecho, uno de los carteles electorales con el que los socialistas empapelaron más de 5.000 vallas y 8.000 cabinas telefónicas, mostraba un Felipe González soñador y atractivo, que reflejaba una mirada de futuro.

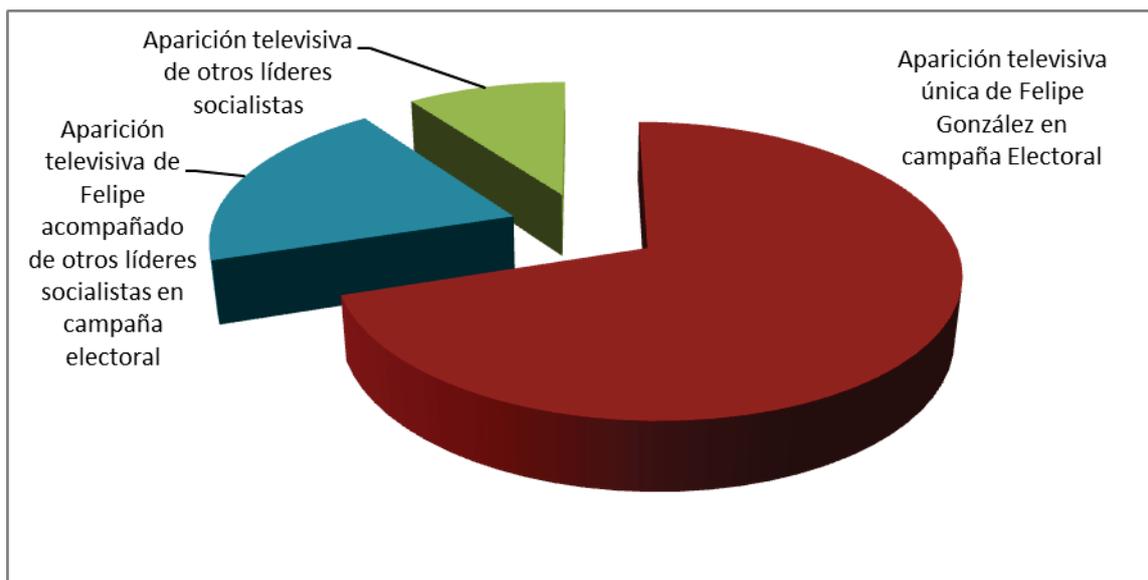
A lo largo de la campaña, *Televisión Española* emitió una amplia programación referente a las elecciones de 1982, de diversa tipología: desde *spots* electorales a reportajes o entrevistas. El PSOE emitió en *TVE* hasta casi un 45% de propaganda política, centralizada, en su mayor parte, en la aparición de Felipe González y otros dirigentes socialistas ante las cámaras de televisión en diversos escenarios, desde mítines públicos a mensajes emitidos desde sus despachos. Los *Telediarios* que ofreció *Televisión Española*, y que, en concreto, presentaban contenidos vinculados al PSOE, alcanzaron casi el 30%. Y, por otro lado, también se difundió otro tipo de programación desde la cadena pública de televisión: reportajes (14%); entrevistas (7%) y programación especial (7%).



Fuente: Elaboración propia.

Las apariciones ante las cámaras de televisión en esta campaña estuvieron protagonizadas, en su mayor parte, por el líder de los socialistas, Felipe González, en torno a un 70%. Aunque es cierto que en algunos de los vídeos, sobre todo, en los reportajes, se recopilaban imágenes tanto de González como de otros dirigentes

socialistas o personas vinculadas con el partido que le acompañaban, como es el caso de Peces-Barba, Escudero o Txiki Venegas, por ejemplo, que, a veces, ofrecían discursos en los mítines del PSOE. En este último caso el porcentaje se sitúa en torno al 20%. También hubo un 10% de casos en los que González no compareció ante las cámaras de televisión, y lo hicieron, en su lugar, otros dirigentes del Partido Socialista.



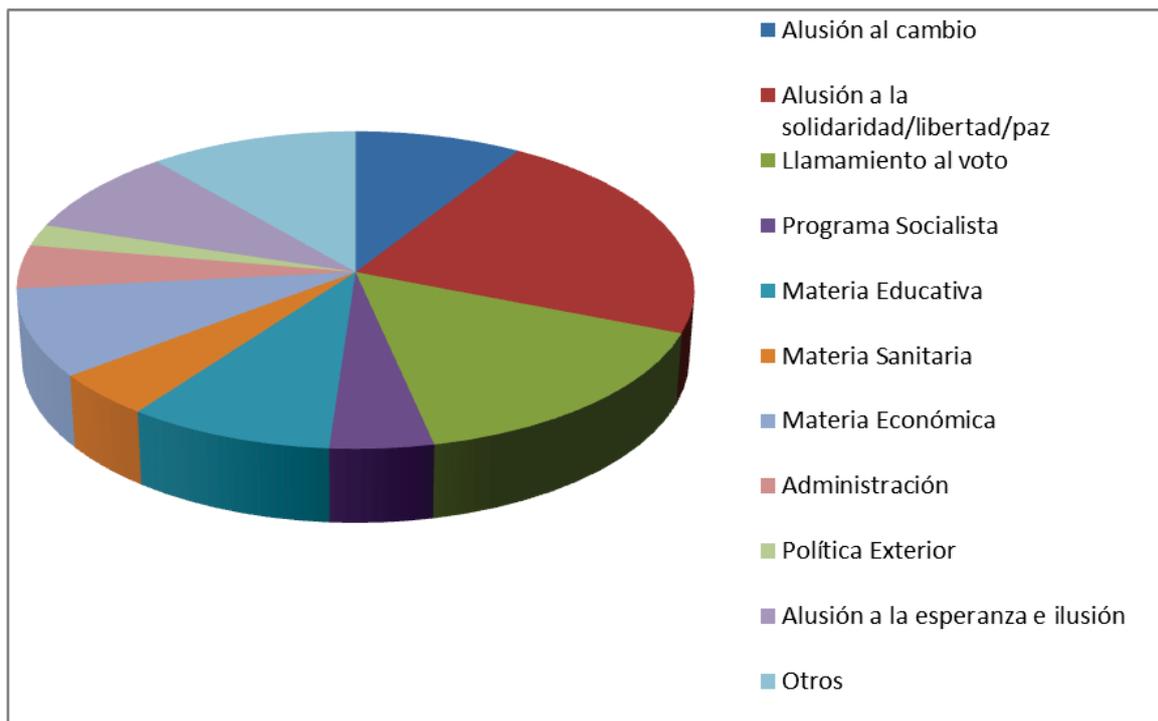
Fuente: Elaboración propia.

TVE se hizo eco de la gran mayoría de los mítines que ofreció González durante la campaña electoral. En concreto, la cadena de televisión emitió un reportaje a tan sólo diez días del final de campaña, el 18 de octubre de 1982, en el que se mezclaban los discursos que presentaba el líder de los socialistas con las imágenes del mismo desde el autobús en el que recorrió toda España y parte del extranjero. Durante una de sus intervenciones en el autobús, Felipe González reflexionó sobre la necesidad de comunicar ante un público al que se le ve el rostro: “Me enfrió directamente cuando tengo la sensación de estar en un escenario en el que los focos los tiene en la cara y las personas están en la oscuridad, no soy capaz de comunicar, yo tengo que ver el rostro de las personas a las que comunico. Miro la expresión de un joven y de un viejo, y noto la diferencia. Por ejemplo, el viejo tiene lágrimas en los ojos y el joven da saltos de alegría ante las mismas palabras que uno dice. [...] Cuando hablas del cambio, hay algunas personas que llevan tanto tiempo esperándolo, que lloran. Y a un joven le hablas de cambio, y pega voces” (*TVE*, Elecciones Generales 1982.PSOE, 18/10/1982). Y es que

Felipe González ante las cámaras: elecciones generales de 1982

como subraya Martín Prieto, periodista y columnista del periódico *El Mundo* “Felipe en el 82 no hizo una campaña en aquel autobús: recorrió un camino triunfal” (1995: 594). Por otro lado, en el transcurso de uno de sus mítines, que ofreció a lo largo de la campaña electoral atravesando el territorio español, González confiaba en la capacidad de recuperación del pueblo español (*TVE*, Elecciones Generales 1982.PSOE, 18/10/1982).

Con motivo de estos comicios, *Informe Semanal* decidió emitir el 16 de octubre, días después del inicio de campaña electoral, un reportaje titulado *España: Tiempo de elecciones*, con el fin de hacer una radiografía de los candidatos políticos que se presentaban a los comicios y los enclaves a los que solían acudir. En concreto, Felipe González ofrecía una media de tres mítines por día, por lo que su médico le aconsejó que disminuyera el número de cigarrillos a consumir para mantener, en este sentido, su voz en un estado adecuado. En principio, estaba previsto que recorriera todas las provincias españolas en el autobús, en el que en alguna ocasión se le ve acompañado de su mujer. En los mítines de encuentro con los afiliados a su partido siempre tenían dos denominadores comunes: la simpatía al abrir y cerrar el acto, y el alzamiento del ramo de rosas, símbolo característico del PSOE (*TVE*, RPC 20020509 GEM Informe Semanal, 16/10/1982).



Fuente: Elaboración propia.

El líder de los socialistas manifestaba firmeza a la hora de trasladar sus mensajes, tenía una gran capacidad de retener datos y sacarlos en el momento adecuado, proyectando, en este sentido, una imagen comunicativa sólida. En general, en todos sus discursos, el deseo de vivir en una España que recupera la libertad y el llamamiento al voto, eran dos de los mensajes mayoritarios en sus mítines, con un 25% y 17,5%, respectivamente. Otro de los asuntos que solía manifestar en sus discursos era el cambio que los socialistas proponían para el rumbo del país, aunque, en este caso, el porcentaje era menor que los anteriores, de tan sólo un 10%. González también hacía alusión a otras cuestiones vinculadas con los diversos problemas que padecía España como era en el ámbito de la educación (10%), sanidad (5%) o economía (10%) (*TVE*, Elecciones Generales 1982.PSOE, 18/10/1982). De hecho, como expone Martín Prieto, “era una época en la que acudir a un mitin socialista implicaba escuchar palabras como decencia, honradez, transparencia administrativa o lo que decía Indalecio Prieto de que se podía meter la pata, pero no la mano en la lata. Trece años después, lo que queda es ese gran comunicador político llamado Felipe González” (1995: 594).

Desde el inicio de las llamadas *video-elecciones* en 1977 y la primera aparición de Adolfo Suárez en televisión para transmitir a todos los ciudadanos las propuestas políticas que desde su respectivo partido planteaban, se convirtió en una tónica común

el hecho de aparecer ante las cámaras del medio televisivo para pedir el voto. En las elecciones de 1982, fueron varias las ocasiones con las que contó el PSOE para hacer propaganda política de su partido. Una de ellas fue el 20 de octubre cuando González comparecía en televisión, vestido con un traje en tono azul oscuro y camisa azul clara, ante un fondo de cortinas grisáceas (*TVE*, Elecciones Generales 1982. Unidad Comunista, 20/10/1982). En esta ocasión, González hizo un repaso de todas las cuestiones políticas, económicas y sociales que afectaba a España: desde el empleo, la educación, la sanidad hasta la política exterior o el estado autonómico. Recordó cifras como los 800.000 puestos laborales que se proponían crear, los más de millón puestos de trabajo que se habían destruido o los cinco millones de pensionistas españoles. González finalizó su discurso, con una mirada seria, alegando que “la crisis que padece la sociedad española no es sólo una crisis económica, ni política ni en administración del Estado en la falta de eficacia en política internacional, o por la amenaza del golpismo, hay algo importante como es la crisis de valores éticos de la sociedad y el orgullo del trabajo bien hecho” (*TVE*, Elecciones Generales 1982. Unidad Comunista, 20/10/1982).

En cada una de las emisiones televisivas que ofrecía *TVE* en referencia a los partidos políticos que concurrían a estas elecciones, se visualizaba, centrándonos en el caso de los socialistas, el *spot* electoral con el que el PSOE se presentó a los comicios. Un mensaje propagandístico en el que se utilizó como base un escenario similar: la apertura de una ventana que consecuentemente adentraba la imagen en el paisaje que se observaba a partir de la apertura de los diversos ventanales.

El 22 de octubre la imagen se volvía a repetir en *Televisión Española*, aunque en este caso, el escenario escogido para el mitin fue el Velódromo de Anoeta en San Sebastián. Felipe González que, rotaba su cuerpo con leves movimientos corporales con el propósito de dirigirse de forma equitativa a todo el público que allí se reunía, consiguió ser, a lo largo de la campaña electoral, un animal mediático en cada una de sus apariciones públicas gracias a la fuerza y seguridad con las que daba cada una de sus intervenciones. En esta ocasión fue contundente diciendo que “el 28 de octubre la democracia va a dar un nuevo paso y es la garantía de funcionamiento de la libertad, de la justicia, de la solidaridad, de la lucha contra la crisis” y, puntualizando, por otro lado, “la defensa del resto de fuerzas políticas de Euskadi de cara al futuro democrático” (*TVE*, Elecciones Generales 1982. Fuerza Nueva. (FN), 22/10/1982).

En la recta final de la campaña electoral del PSOE, que llevó a cabo un total de 40 actos públicos en los 21 días de los que constó la misma, *TVE* cedió prácticamente todos los días hasta el cierre de campaña un espacio donde se detallaban cuestiones vinculadas a unos comicios que causaron gran expectación en el seno de la sociedad española. El mismo 22 de octubre la cadena pública de televisión divulgó una entrevista realizada por un periodista, del cual se desconoce su identidad, al presidente de la Junta de Andalucía, Rafael Escudero en su despacho.

Escudero remarcó en lo referente a la marcha de la campaña electoral que en estas elecciones “se estaba produciendo un fenómeno nuevo: se vive un factor nuevo y es que el candidato está ocupando un papel fundamental, y eso me alegra porque detrás de las personas están los partidos políticos y sus programas electorales” (*TVE*, Elecciones Generales 1982. Fuerza Nueva. (FN), 22/10/1982). Concluyó que “detrás de ello, se encuentra la persona y, con voluntad de cambio, sólo lo puede hacer Felipe González” (*TVE*, Elecciones Generales 1982. Fuerza Nueva. (FN), 22/10/1982). Ya era evidente, por tanto, que los líderes políticos, que encarnaban la imagen del partido, sus propuestas y su programa, eran la cabeza más visible del mismo.

Las ediciones de los *Telediarios* de *Televisión Española* también se hicieron eco, a través de un amplio despliegue de periodistas en cada uno de los puntos donde el líder de los socialistas tenía previsto celebrar un acto con militantes, afiliados y todos aquellos que quisieran sumarse, de los comicios de 1982. De hecho, la primera edición de noticias del *Telediario* del día 23 de octubre ofreció otro de los mítines que aconteció, en este caso, en la provincia castellano-leonesa de Soria. En él, resalta la imagen del beso que Felipe González da a una niña de corta edad, que porta un ramo de rosas, cuando se la acercan a su persona.

En la recta final de la campaña electoral, el lunes 25 de octubre, Joaquín Arozamena y María Victoria Prego presentaron *De hoy a mañana* de *TVE*, donde se volvió a emitir, dentro del ámbito informativo nacional, los escenarios escogidos para los dos mítines que dio González en Extremadura. El primero de ellos en la plaza de toros de la provincia de Cáceres, donde está acompañado en el escenario por una mesa repleta de diversos dirigentes del Partido Socialista. González, que porta un traje gris con jersey y corbata azul marino y camisa azul clara, recordó con claridad que “hay un 95%, 37,5

millones de ciudadanos que quieren vivir en paz, incluso teniendo que partir su pan” (*TVE, De Hoy a Mañana, 25/10/1982*).

El auditorio municipal de otra de las provincias de la comunidad extremeña como es Badajoz fue el otro punto donde se celebró el segundo de los mítines concurrecidos en el primer día de la última semana de campaña. En este caso, la voz en *off* del periodista que compone la pieza de *De hoy a mañana*, donde se observa al líder de los socialistas que ni echa un vistazo al papel que tiene como base en el atril desde el que da el mitin, resume el discurso de González en su llamamiento al voto el próximo 28 de octubre.

El 26 de octubre de 1982, día de cierre de campaña, dos periódicos de referencia en España, *ABC* y *El País*, de ideología conservadora y de izquierdas, respectivamente, llevaron a portada uno de los temas que más polémica trajo consigo en esos días: el debate electoral que iba a ofrecer *Televisión Española* a las 21.30h horas, como acto final de campaña, y que contaría con la presencia de los líderes de los principales partidos políticos: UCD, PSOE, PCE, AP-PDP y CDS, pero que finalmente no se celebró. Las razones se atribuyeron, según se expuso en el ya un día antes, el 25 de octubre, en *El País* “al fracasar las gestiones realizadas por el director general de *RTVE* con representantes del PSOE, AP, UCD, CDS y PCE para establecer las normas de dicho programa”. En este sentido, este diario explicó que “una compleja serie de condiciones y exclusiones, discutidas a lo largo del día, finalizaron en la divergencia última entre el PSOE y los demás partidos respecto a la regulación del tiempo de que debían disponer los participantes, que según el representante socialista no había de limitarse en ningún sentido, mientras los demás partidos deseaban establecer un sistema de control para garantizar que todos tendrían derecho al mismo cómputo de tiempo” (*El País*, 25 de octubre de 1982: 2). Por ello, añadió que “Alianza Popular, el Centro Democrático y Social y el PCE acusaron al PSOE de haber establecido condiciones inadmisibles, a fin de garantizar que el coloquio no pudiera celebrarse. Por su parte, Felipe González había declarado, horas antes de que fracasaran las negociaciones, que no deseaba cargar con la responsabilidad de que el debate no se realizara”. En su lugar, el día de la jornada de reflexión, el 27 de octubre, los dirigentes de estos partidos políticos fueron recibidos por el Rey Don Juan Carlos.

De hecho, el primer debate televisado de la historia de la democracia española no llegará hasta unos cuantos años después, en 1993. En esta fecha comenzó el origen de

los debates electorales entre los líderes de los principales partidos políticos que concurran a las elecciones. En 1993 fueron el entonces presidente del Gobierno, Felipe González y el primer jefe de la oposición, José María Aznar. Y es que, “para el público, los debates televisados les ofrecen quizá la única oportunidad de ver y juzgar a los candidatos cara a cara” (Berrocal, 1996: 178).

En términos de propaganda política, volvió a comparecer delante de las cámaras de televisión Felipe González para poner punto y final a su campaña electoral. En esta ocasión, el líder de los socialistas aparecía sentado en su despacho con las manos extendidas sobre la mesa (en la cual se hallaba un pequeño tiesto de flores rojas en referencia al símbolo de la rosa con la que siempre se ha caracterizado al PSOE y que aparecía en el cartel electoral del partido), aunque posteriormente se valía de ellas para gesticular los puntos fuertes de su discurso haciendo un parada en seco de su dedo, denotando, en este sentido, la mayor envergadura de aquello que difundía. Su mensaje iba directamente dirigido a los ciudadanos a quienes les hacía un llamamiento para que el próximo 28 de octubre votaran en las urnas al partido que, según ellos, iba a cambiar el rumbo de España hacia un futuro mejor.

González mantuvo la mirada firme y directa en dirección frontal con la cámara de televisión, sin bajar en ningún momento la mirada, con la intención de conseguir esa comunicación interpersonal entre candidato político y ciudadano al transmitir el mensaje. En este caso, González, dada la capacidad que tenía para saber transmitir sus discursos, no hizo uso alguno de algún tipo de documento a diferencia de Suárez.

Las competencias del, por entonces, secretario general del PSOE, le hacían proyectar tanto credibilidad como sinceridad en todo aquello que decía. En este último mensaje propagandístico, Felipe González también tuvo sus palabras de crítica hacia el partido conservador diciendo que “contemplo a una derecha y a su líder que ha gobernado estos años España produciendo grandes frustraciones en las esperanzas de los ciudadanos, una derecha que, a veces, encontramos dialogante, pero que otros la representan de forma autoritaria con un desprecio al diálogo, una derecha que a veces habla en sus discursos de la España de siempre y a mi gran cantidad de veces se me ha ocurrido pensar la España de siempre es la España de las catedrales, del Quijote, de la Alhambra, esta es la España de siempre pero esta España no la ha construido la derecha, sino que tiene siglos

y esta España es de todos. La derecha que nos ha gobernado, ha construido en la especulación, en el egoísmo” (*TVE*, Elecciones Generales 1982. PSOE, 26/10/1982).

Gregorio Peces Barba, afiliado al PSOE y diputado por Valladolid en 1977 y reelegido en 1979, ante las cámaras de *Televisión Española*. Peces-Barba fue contundente a la hora de lanzar su mensaje, “el cambio supone para los socialistas la defensa de la libertad que se establece en tres grandes niveles: la autonomía, la participación y la prestación” (*TVE*, Elecciones Generales 1982. Agrupación Electoral. IN, 26/10/1982).

En la misma línea que González, hizo un llamamiento al en su anuncio político concluyendo que “el voto debe ser una ilusión por el cambio de nuestra propia conciencia. Un voto para que no haya gobernantes y gobernados, sino representantes y representados. El voto se debe hacer en condiciones y que no sea una ocasión perdida de sentirnos ciudadanos” (*TVE*, Elecciones Generales 1982. Agrupación Electoral. IN, 26/10/1982).

En cuanto a los anuncios políticos, cabe decir que, según explica Salomé Berrocal, “son incluidos, generalmente, después de los programas de noticias, y el tiempo es concedido teniendo en cuenta la representación parlamentaria de cada partido. Aquellos que no están en el Parlamento tienen garantizado un mínimo (e igual) tiempo basado en el número de provincias en las que presentan candidato” (1996: 168).

Por otro lado, el cierre de la campaña socialista se celebró en la capital madrileña, concretamente, en la explanada de la zona universitaria que se abre entre las Facultades de Medicina y Biológicas. Este mitin constituyó el último de los 40 actos públicos que el PSOE llevó a cabo durante los 21 días de campaña electoral. Según expuso el diario *ABC*, González hizo, por un lado, “una defensa de la necesidad del socialismo” y, por otro lado, calificó el programa electoral de los socialistas de “valiente y realista” (27 de octubre de 1982: 22). Además, en palabras del propio cabeza de lista del partido, “los socialistas no ofrecen sólo un programa de Gobierno, sino un proyecto histórico, algo que trasciende un mero programa de Gobierno; un proyecto histórico que sólo con el apoyo de la mayoría podremos poner en marcha” (*ABC*, 27 de octubre de 1982: 22).

El 27 de octubre fue día de jornada de reflexión preelectoral para todos los candidatos y sus respectivos partidos políticos y el electorado que son, al fin y al cabo, los que deciden con su voto la dirección de su país. El 28 de octubre los colegios electorales

comenzaron su jornada electoral a las nueve de la mañana, que se extendió hasta las ocho de la tarde, momento en que se cierran los centros y comienza el recuento. En esta ocasión, un total de 26,6 millones de españoles estaban llamados a votar.

En estos comicios, los ciudadanos acudieron de forma intensiva a votar y es que, según expone Soto Carmona, “como en los grandes momentos de la democracia recién alcanzada (referéndum para la Reforma Política y elecciones de 1977), el electorado acudió de forma masiva a las urnas. La participación alcanzó el 79,78%, la más alta habida hasta la fecha en cualquier consulta electoral en España, lo cual tuvo un efecto de relegitimación sobre el sistema democrático” (1998:112).

3.3. POST-CAMPAÑA

El jueves 28 de octubre de 1982, el día de las elecciones, la única cadena pública *Televisión Española* ofreció un programa especial que llevó por nombre *La noche de todos. Elecciones 82* de diez horas en directo a cargo de los periodistas Ladislao Azcona, que se encontraba en los estudios de Torrespaña y conectaba con las diferentes sedes de los partidos; y Jesús Hermida, que estaba en otro de los estudios de *TVE*, pero en este caso, acompañado de diversas personalidades sentados en sillones de cuero marrón con la intención de, ofrecer a través de entrevistas, la visión que postulaban los que allí comparecían sobre el camino que llevaban estos comicios.

Se trataba de la primera vez que se hacía una programación de tal envergadura. Por ello, hicieron incluso un plató secundario, de tal forma que si ocurriese cualquier tipo de incidente por el que se viera afectado, podrían contar así con un nuevo espacio desde el que informar en directo.

El programa, que se desarrolló en directo desde las ocho de la tarde cuando cerraron los colegios electorales hasta las seis de la mañana, contó con un amplio despliegue de periodistas para ir contando minuto a minuto lo que concurrió en aquellas elecciones generales.

La primera conexión del programa fue con el Ayuntamiento de la capital madrileña, ubicado en la Plaza Mayor. En una de sus salas se encontraban el periodista Joaquín Arozamena junto con el alcalde de Madrid por aquellas fechas, Enrique Tierno Galván, y de fondo se observaba el balcón, desde el cual se asomó el propio Galván ante una

plaza abarrotada de gente que bailaban al son de la canción 'Lo baile quien lo baile'. El alcalde se mostraba muy satisfecho por "la lección de civismo que ha dado el pueblo español. La Plaza Mayor ahora mismo hierve de gente, sobre todo, joven, y es gratificador y satisfactorio que al gritar 'Viva España', coreen con ese grito" (*TVE*, La noche de todos, 28/10/1982).

Paulatinamente, Ladislao, desde el plató donde solían ofrecer el *Telediario* de *TVE*, va informado sobre los primeros datos que van conociendo en cuanto al índice de afluencia a las urnas en estas elecciones, que comentó que fue, según la *agencia EFE*, de un 75,67%, un porcentaje muy próximo al que finalmente se registró. Lo que ocurrió en estos comicios electorales es que no se disponían de datos oficiales ya que se había caído el programa informático. En consecuencia, el ministro del interior durante el gobierno de Calvo Sotelo, Juan José Rosón, fue el encargado de comunicar a Alfonso Guerra, vicesecretario general del PSOE, que ofreciera una rueda de prensa para dar a la luz los posibles resultados que se especulaban que obtendrían cada uno de los partidos políticos y sus correspondientes escaños parlamentarios. Dentro de la consecución del programa, se irrumpió la emisión del cantante Juan Pardo en la sala de fiesta de *Florida Park* de Madrid para dar paso inmediatamente a la comparecencia en directo de Guerra ante las cámaras de *Televisión Española* y cientos de periodistas conglomerados en una de las salas del Hotel Palace para conocer los resultados basados en sondeos realizados por el Partido Socialista. Sus primeras palabras fueron: "el sondeo está realizado sobre 1.706 mesas electorales distribuidas en España, que suponen un número de 85.300 votos. Se ha procedido a ello por el sistema de estratificación de conglomerado y su muestra posterior" (*TVE*, La noche de todos, 28/10/1982). Posteriormente, ofreció las cifras globales de todos los partidos políticos de España que concurrían a las elecciones.

A lo largo del programa, Ladislao dio paso también a las distintas sedes de los partidos políticos, entre ellas, las del PCE, AP, UCD Y CDS para conocer allí los datos obtenidos según sus propios muestreos o valoraciones de los candidatos. En ellas, los periodistas estaban acompañados, o bien, de los cabezas de lista, siendo, en el caso de UCD y CDS, Adolfo Suárez y Landelino Lavilla, entrevistados personalmente por el corresponsal en dicha sede; o bien, de personas vinculadas directamente a respectivos partidos.

Por otro lado, junto a Jesús Hermida comparecieron, ante las cámaras de televisión en un espacio a caballo entre la tertulia política y la entrevista, diversas personalidades de relevancia en este ámbito, entre ellas, el presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Carlos Ferrer Salat; Marcelino Camacho, secretario general de Comisiones Obreras (CCOO); Gerardo Fernández Albor, primer Presidente de la Junta de Galicia; Rafael Escudero, presidente de la Junta de Andalucía o Carlos Garaikoetxea, Lehendakari del Gobierno Vasco, entre otros.

Uno de los puntos cumbre del programa especial realizado por *TVE* tuvo lugar cuando se tuvo que interrumpir la entrevista a Adolfo Suárez, para emitir los resultados oficiales de dichas elecciones desde el Congreso de los Diputados, donde se encontraba el corresponsal Alberto Delgado, quien directamente da paso al salón donde se encontraban sentados en dos sillones de tela verdosa, el subsecretario del Interior, Izarra del Coral junto al periodista Pedro Meyer. Izarra pidió disculpas ante el error ocurrido con el recuento electoral diciendo que “lo que ocurrió con la transmisión de datos es que se había producido un fallo en la unidad de control y esto había impedido ser público antes” (*TVE*, La noche de todos, 28/10/1982).

Izarra hace un amplio análisis de los resultados electorales dando a conocer desde el porcentaje de votos obtenidos por cada partido en los comicios hasta los diputados por partido en cada provincia. Una emisión que se produjo en torno a las 01:10 horas de la madrugada, a pesar de que los datos se ofrecieron a las 0:23 horas de la noche por parte del Ministerio del Interior a los medios de comunicación (*TVE*, La noche de todos, 28/10/1982).

El especial informativo que *Televisión Española* decidió ofrecer en la noche del 28 de octubre de 1982 con motivo de los comicios electorales supuso una oportunidad para los españoles poder hacer un seguimiento exhaustivo minuto a minuto lo que acontecía en las diversas sedes y puntos principales donde se hallaban los dirigentes políticos; además de poder conocer los resultados electorales, cada vez más corroborados a medida que discurría el tiempo, de la mano de los periodistas que se encontraban cubriendo este acontecimiento.

Felipe González ante las cámaras: elecciones generales de 1982

	ENCUESTA		28 DE OCTUBRE	
PARTIDOS	%	ESCAÑOS	%	ESCAÑOS
PARTICIPACIÓN (%)	78,5%		79,8%	
PSOE	42,9	193-217	48,4	202
AP-PDP	21,2	87-107	26,2	106
UCD	5,7	7-12	7,1	12
PCE	5,2	8-11	4,1	4
CDS	3,5	4-5	2,9	2
CIU	2,2	8-9	3,7	12
PVN	1,5	8-10	1,9	8
HB	1,0	4-5	1,0	2
ERC	0,7	1	0,7	1
EE	0,6	3	0,5	1
OTROS	2,5	1	3,5	-
VOTO EN BLANCO	1,3	-	0,5	-
NS/NC E INDECIONES	11,7	-	-	-

Fuente: Wert, J. (1984). La campaña electoral de octubre de 1982: el camino del cambio. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (28), pp.81.

Ya se vino comentando desde el principio del programa que el PSOE resultó ser ganador en mayoría absoluta de estas elecciones, lo que otorgó la satisfacción de volver a gobernar España después del esfuerzo tanto mediático como propagandístico que llevo a cabo Felipe González, su líder y cabeza de lista, como imagen del partido, sus propuestas y programa. Los socialistas arrebataron las urnas electorales con un 48% de los votos emitidos, lo que suponía un total de 202 diputados. Se trataba de un récord jamás alcanzado antes en la historia de la democracia española, que llevaba gobernada

desde el inicio de este proceso histórico por la derecha conservadora de Unión de Centro Democrático, pero que este día los electores decidieron finalmente el cambio para España y que estuviera al mando de ello, González (*TVE*, La noche de todos, 28/10/1982). Después, la segunda fuerza política fue Alianza Popular, que alcanzó 106 escaños y un 26,2% de los votos.

La misma noche del 28 de octubre, una vez conocidos oficialmente los datos y sabiendo que Felipe González se había convertido en el vencedor absoluto de aquellos comicios, pronunció su primer discurso como ganador desde un atril de madera y con la presencia de una gran bandera española por detrás del mismo. González salió en la *pequeña pantalla* a las 02:35 horas de la madrugada con traje gris, camisa blanca y corbata granate, aunque en esta ocasión tenía rostro cansado, con ojeras prominentes, debido al trabajo llevado a cabo y el esfuerzo que tuvo que sacrificar a lo largo de toda la campaña electoral (*TVE*, La noche de todos, 28/10/1982).

A diferencia del resto de encuentros ciudadanos, de discursos o mítines, en esta ocasión, González se mostró inquieto, se mordía continuamente el labio inferior y, de hecho, “tuvo otro detalle extraordinario: se le olvidó algo tan simple como dar las gracias a los compatriotas que le habían llevado a la apoteosis” (Antonio Rico, 1995: 588). El líder de los socialistas comenzó su rueda de prensa en un tono de voz más tenue en comparación a sus manifestaciones públicas efectuadas en días anteriores. Teniendo en cuenta la trayectoria profesional y la capacidad mediática de González ante los medios de comunicación, resulta llamativo pero, esa noche fue la primera vez que se vio a Felipe González mirar e incluso leer el papel que tenía en el atril, que le servía de apoyo para trasladar su mensaje de agradecimiento a todos aquellos ciudadanos que habían depositado su voto en los socialistas.

En su discurso preparado destacó que “estamos dispuestos a asumir la responsabilidad que el pueblo español nos ha confiado. [...] La colaboración de cada ciudadano es imprescindible para sacar a España adelante [...] Se han celebrado con limpieza las terceras elecciones democráticas, y con ello, quien gana más que un partido político, es el pueblo español” (*TVE*, Elecciones 1982, 28/10/1982).

Al día siguiente, 29 de octubre, la noticia del día en la prensa escrita no era otra que la abrumadora victoria del Partido Socialista en las que se constituyeron como las terceras

elecciones generales de España. Manuel Antonio Rico en *El Mundo* enfocó su relato por uno de los hechos que llamó la atención en la primera comparecencia de González como vencedor de las elecciones: “La reacción de los socialistas tras su victoria electoral fue muy moderada. Felipe González ni siquiera brindó con cava, se olvidó de dar las gracias a quienes le habían apoyado y lanzó un mensaje de tranquilidad y tolerancia” (1995: 586).

En el editorial de *ABC*, el periódico felicitó a los socialistas por el resultado obtenido, sin embargo, ligados su ideología, manifestaron que “el resultado electoral no modifica en modo alguno nuestro criterio: pensábamos, y pensamos, que el proyecto socialista es un mal proyecto para resolver los problemas inaplazables y graves que tiene ante sí la nación. En un momento en que los entusiasmos sinceros se mezclarán con conversaciones milagrosas y adhesiones urgentes, *ABC* anuncia que permanecerá, en esta nueva etapa de la vida española, en una posición de crítica lea y de discrepancia abierta con un programa político que no por haber triunfado deja de parecerse arcaico, utópico e inadecuado al interés nacional” (*ABC*, 20 de octubre de 1982:3).

El País, por su parte, cometió una errata al titular la noticia con la obtención por parte del PSOE de 201 escaños en lugar de 202. La página de su editorial aludía a que “la división del centro en dos opciones distintas y el asedio de la derecha de Fraga por los sectores más reaccionarios del conservadurismo nostálgico español han acarreado sin duda numerosos votos al PSOE”. Asimismo, el diario consideró, ante tal acontecimiento, que “un gran sector de la población ha identificado la defensa de las libertades y la necesaria transformación del Estado franquista, cuyos vicios y distorsiones han sobrevivido al proceso de transición, con el programa del PSOE” (*El País*, 29 de octubre de 1982:2).

El socialismo logró en aquellos comicios del 82 el récord, en términos numéricos, nunca antes alcanzado por ningún partido político. Casi cinco millones de personas más, con respecto a las anteriores elecciones de 1979, depositaron la confianza en las urnas a favor del PSOE, lo que le permitió incrementar en 81 el número de escaños. “Se sabía que el PSOE iba a ganar porque las encuestas lo decían con unánime insistencia, pero no se pensaba en tan abultada victoria” (Antonio Rico, 1995: 588).

CONCLUSIONES

El hundimiento y desorganización interna que sufría UCD por aquellas fechas, la dimisión de Suárez el 29 de enero de 1981 como presidente del Gobierno y de su propio partido político y la creación posterior de un nuevo partido, Centro Democrático y Social (CDS) con exdirigentes de Unión de Centro Democrático, a la cabeza del cual se situó Adolfo Suárez, se pueden considerar como algunos de los factores que llevaran a los españoles a votar mayoritariamente al partido de la oposición, el PSOE, en las terceras elecciones generales de la historia de España. Junto a ellos, el creciente deterioro de la situación económica española y el mayor liderazgo de Felipe González en el panorama político dieron como resultado el éxito absoluto del Partido Socialista en estos comicios de 1982. Este liderazgo de González fue decisivo a la hora de captar el voto de los españoles.

Con la llegada de la democracia, la comunicación política como tal experimentó un importante cambio y con ella, las campañas electorales. De cara a los ciudadanos, en la comunicación importa no sólo el lenguaje sino también la imagen. En este sentido, la presente investigación se ha centrado en el estudio de la campaña televisiva de González y el PSOE en los comicios de 1982.

Las primeras elecciones democráticas de la historia de España supusieron el punto de partida en nuestro país de la llamada *teledemocracia*, por ello, fueron denominadas como las *video-elecciones*. Fue en esta ocasión cuando por primera vez los políticos comparecieron ante las cámaras de televisión para transmitir su mensaje. El objetivo era hacer un llamamiento al voto hacia los electores. Una nueva forma de hacer propaganda política que, hasta esa fecha, estaba centrada, sobre todo, en la tradicional pegada de carteles por las ciudades, la movilización por las calles o la entrega de folletos propagandísticos, que también se continuó realizando.

Si hablamos en términos de campaña electoral, hay que destacar que la envergadura que consigue el medio televisivo en su escasa trayectoria de vida, haciendo que la campaña cambie totalmente de dirección, de una campaña electoral clásica basada en los mítines políticos, se ha pasado a una campaña hecha para los medios de comunicación. Por ello, teniendo en cuenta la primera hipótesis en la que se planteaba que el PSOE usó la televisión como un elemento clave de estrategia en la campaña del 82 hemos podido

comprobar que se cumple puesto que los socialistas aparecieron casi en una quincena de ocasiones ante las cámaras de televisión. La razón, por la que el PSOE utilizó el aparato televisivo como un elemento fundamental a lo largo de su campaña, es que éste ejerció un importante peso en la sociedad y, de hecho, se convirtió en el medio más consumido por los televidentes para informarse de cuestiones vinculadas con la política.

Gracias a la *pequeña pantalla* se cuenta con la posibilidad no sólo de escuchar las palabras del líder sino también de verlo directamente. Por ello, empezó a ser muy importante el contar con un político que, además de estar aconsejado por asesores tanto en lo referente a comunicación verbal como a la no verbal, tuviera las dotes necesarias para saber derribar a la oposición y ganar mediáticamente delante de las pantallas.

Felipe González mostraba su firmeza en todas sus apariciones públicas y televisivas en cuanto a la victoria que iba a obtener en estas elecciones y que finalmente consiguió, incluso, un éxito mayor de lo vaticinado. Por tanto, la segunda de las hipótesis planteadas, que señala que el PSOE va a seguir en la misma línea que en 1979 en cuanto a su estrategia electoral, aunque, en estas elecciones del 82, el eje de la campaña va a girar en torno a la confianza en la victoria, en el cambio, es cierta. Se comprueba que sus mítines estaban basados en sus llamamientos al voto, la confianza en el cambio que experimentarían España con la llegada del PSOE al poder y aludió en buena parte de las ocasiones a las propuestas del Partido Socialista como el mejor espejo para demostrar la veracidad de sus proposiciones y el éxito con el que se comprometían a cumplirlas. Además, el PSOE utilizó como estrategia la palabra cambio, ya que este término suponía la metamorfosis ideológicamente contrapuesta, de un gobierno de derechas a uno de izquierdas. Su campaña estuvo ambientada en ese ámbito desde el propio eslogan de los socialistas (Por el cambio) hasta las continuas apelaciones de González en sus mítines a ese cambio que sacaría a España de la crisis en la que se encontraba sumida. Esta estrategia consiguió cambiar la opinión de casi cinco millones de personas con respecto a 1979 y logró registrar el mayor censo electoral de la historia de la democracia, con casi un 80%.

Centrándonos, en las elecciones de 1982, y en la tercera de las hipótesis propuestas, en la que se manifestaba, que la campaña iba a tener a Felipe González como punto clave continuando así en la línea de personalización de las dos anteriores campañas, hemos podido llegar a la conclusión de que se cumple dado que la campaña televisiva de 1982

estuvo focalizada en la aparición del líder y mandatario más joven de Europa, Felipe González, en un 70%, quien además mostró un mensaje de confianza en su intención de ganar los comicios haciendo continuos llamamientos al voto (17,5%), al cambio que debía experimentar España por la crisis en la que estaba sumida (10%) y la mejora de su situación en términos de libertad (25%). El 30% restante eran apariciones, o bien, de otros dirigentes socialistas, o bien, de Felipe González junto a otros personajes de la política vinculados al PSOE.

Estamos ante un modo de hacer política, que tiene como base la concentración del partido en una única figura, el *video-líder*, que se convierte en la imagen del mismo. El término *video-líder* implica personalización. Esta expresión ya estuvo presente a lo largo de las campañas electorales del PSOE tanto en 1977, como en 1979.

La personalización fue una de las bases fundamentales de la campaña. La incipiente comunicación política televisada se estaba consolidando poco a poco en España y, precisamente, esa personalización era lo que hacía tener en cuenta no sólo lo que dice, sino cómo lo dice. Es decir, el qué se dice era tan importante como el cómo se cuenta. También importaba el aspecto no verbal presentado por el líder. Todos ellos son factores que sucumben en la personalidad de un personaje político que tenía que reflejar la imagen de un partido, de su programa y de sus ideas. En el caso de Felipe González se cumplió puesto que además se le consideró como una persona que traspasó las barreras televisivas de forma masiva. Demostró sus cualidades en cada uno de los mítines que ofreció, mostrando su capacidad de manifestar lo que tenía que trasladar en el momento adecuado, transmitiendo sinceridad y consiguiendo ser absolutamente creíble de cara a los ciudadanos en todo aquello que expresaba.

Por otro lado, en cuanto a la cuarta hipótesis referente al contenido de la campaña electoral, se refuta que el PSOE utilizara, en mayor medida, a lo largo de la campaña electoral, temas relacionados con la gestión de UCD, dejando en un plano secundario, el programa socialista. González se refirió en numerosas ocasiones a diversos asuntos que pretendían mejorar por la preocupación que causaban entre los españoles: la educación (10%), la sanidad (5%), la política exterior (2,5%) o la materia económica (10%), en la que figuraba el paro como principal factor. Asimismo, expresaba su deseo de conseguir un cambio para España, fundamentado en la libertad y la solidaridad. Este mensaje se

Felipe González ante las cámaras: elecciones generales de 1982

convirtió en una reiteración prácticamente continua, llegando a expresarla en un 25% de sus intervenciones. Por ello, se confirma que el PSOE a medida que planteaba los contenidos del programa socialista, introducía las críticas hacia la política de UCD. Por tanto, cuando Felipe González manifestaba sus intenciones de mejorar en diversos ámbitos de la sociedad como los nombrados anteriormente, utilizaba como recurso reiterado las malas gestiones que había dejado en España Unión de Centro Democrático.

El PSOE acaparó las miradas de millones de españoles que vieron necesario un cambio en el rumbo de España después de la mala situación que padecía el país. Y en medio de ello, su líder aprovechó su capacidad mediática para vender a través de la televisión, medio persuasivo, por excelencia. No cabe duda de que la comunicación política televisada estaba comenzando a emerger y los políticos usaban el aparato televisivo como el mejor arma para atacar a sus adversarios y enajenar sus políticas.

Durante la Transición, y como punto culmen durante los comicios de 1982, aunque se siguen manteniendo las líneas clásicas en la vida política, se da un gran salto al introducir al líder político como la figura que representa al partido político en su totalidad, desde sus propuestas e ideas, hasta su programa o incluso a cada uno de los afiliados al mismo. Este proceso de marketing político, que viene dado a partir de las comparencias de los políticos en televisión, fue acogido con gran auge en la sociedad, ya que la televisión era el medio elegido mayoritariamente por los ciudadanos. Se pasó de la prensa y la radio a la televisión, y del mitin a la aparición en televisión, fomentando un contacto más directo con el ciudadano, que es quien tiene la voz del voto. Política y televisión son dos factores estrechamente relacionados.

BIBLIOGRAFÍA

Berrocal, S. (1996). *Comunicación política y televisión. Definición de un marco teórico en la investigación electoral en televisión. Las elecciones legislativas de 1993*. Madrid. Tesis doctoral inédita.

Berrocal, S. (Coord.). Abad, L. y Cebrián, E. y Dader, J.L. y Galindo, F. y Marín, B. y Pedreira, E. y Pintos, J.L. y Rospir, J.I. y Sádaba, T. y Sanmartí, J.M. (Comps.). (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.

Caciagli, M. (1984). España 1982: las elecciones del cambio. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (28), pp.101.

González Rodríguez, J. (2013). La primera etapa socialista: una comparación. En Soto Carmona, Á. y Mateos López, A. (Dirs.), *Historia de la época socialista. España 1982-1986* (pp. 494). Madrid: Sílex.

Gunther, R. (1985). Un análisis preliminar de las alteraciones producidas en 1982 en el sistema español de partidos. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, (45), pp. 13.

Martín Jiménez, V. (2013). *Televisión Española y la Transición democrática. La comunicación política del cambio (1976-1979)*. Universidad de Valladolid: Valladolid.

Moreira Estefanía, J. (2013). El segundo ajuste económico de la democracia. En Soto Carmona, Á. y Mateos López, A. (Dirs.), *Historia de la época socialista. España 1982-1986* (pp. 138). Madrid: Sílex.

Núñez Seixas, X. (2013). La cuestión nacional en la época socialista: entre la armonización autonómica y el patrimonio constitucional. En Soto Carmona, Á. y Mateos López, A. (Dirs.), *Historia de la época socialista. España 1982-1986* (pp. 171). Madrid: Sílex.

Palacio, M. (2012). *La televisión durante la Transición española*. Madrid: Cátedra.

Powell, C. (2013). El principal partido de la oposición y el “gobierno largo” del PSOE: de Fraga a Aznar. En Soto Carmona, Á. y Mateos López, A. (Dirs.), *Historia de la época socialista. España 1982-1986* (pp. 394). Madrid: Sílex.

Prieto, M. (1995). *Historia de la Democracia. La aventura de la libertad 1975-1995*. Madrid: Unidad Editorial.

Rodríguez Cabrero, G. (2013). El Estado del Bienestar en España: entre la universalización y la reestructuración. En Soto Carmona, Á. y Mateos López, A. (Dirs.), *Historia de la época socialista. España 1982-1986* (pp. 151). Madrid: Sílex.

Santamaría, J. (1984). Elecciones generales de 1982 y consolidación de la democracia: a modo de introducción. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (28), pp. 7.

Soto Carmona, Á. (1998). *La transición a la democracia. España 1975-1982*. Madrid: Alianza Editorial.

Soto Carmona, Á. (2013). El conflicto como respuesta social pero también política. En Soto Carmona, Á. y Mateos López, A. (Dirs.), *Historia de la época socialista. España 1982-1986* (pp. 207). Madrid: Sílex.

Tusell, J. (1999). *Historia de España en el siglo XX. IV La transición democrática y el gobierno socialista*. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones.

Yanes Mesa, R. (2009). *Comunicación política y periodismo: apuntes para la eficacia del mensaje persuasivo*. Madrid: Fragua.

Wert, J. (1984). La campaña electoral de octubre de 1982: el camino del cambio. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (28), pp.76.

Otras fuentes

El País y *ABC*.