

Una campaña de baja intensidad

PP y PSOE rebajan el gasto electoral un 20% y pegarán unos 15.000 carteles menos en la Región

Los dos partidos han decidido reforzar los actos cara a cara con los electores y las visitas a locales públicos y centros de trabajo

:: JULIÁN MOLLEJO

MURCIA. A menos de un mes para las elecciones generales del 20 de noviembre, el ambiente electoral en la Región de Murcia es discreto y la campaña que comenzará oficialmente el próximo viernes mantendrá el mismo perfil de baja intensidad, y no solo porque los partidos políticos han reducido drásticamente sus presupuestos de campaña.

Los ciudadanos lo agradecerán. Aún están recientes los comicios autonómicos y locales del pasado mes de mayo y la ascendente desafección hacia la clase política aconseja no abusar en exceso de la paciencia de los ciudadanos, más preocupados por las facturas domésticas y la obstinada penuria laboral.

PP y PSRM calculan que gastarán en la próxima campaña electoral un 20% menos del dinero que emplearon en los comicios anteriores, celebrados en 2008. Una primera consecuencia de ello es que ambos partidos pegarán unos 15.000 carteles menos y colgarán de las farolas unas 300 banderolas menos, según los datos

Uno de los empeños del PSRM es transmitir que su candidata es una política con experiencia y recursos, y no una recién llegada

En el PP creen que los ciudadanos tienen muy claro a quién culpar de la crisis, por lo que anuncian una campaña en positivo

facilitados por Joaquín López, responsable del comité de campaña socialista, y Antonio Alcaraz, gerente del PP regional.

Los socialistas ni siquiera imprimirán carteles con su número uno en la Región de Murcia, María González Veracruz, al igual que ya hicieron en las elecciones generales de hace tres años con el que fuera entonces su candidato principal, el exministro de Justicia Mariano Fernández Bermejo.

Sobre las cifras concretas del presupuesto de gastos de cada formación, resulta imposible ofrecer datos homogéneos que sean comparables, ya que cada organización gestiona la campaña de forma distinta. En el PP, por ejemplo,

informan de que manejarán unos 76.000 euros, mientras que en el PSRM cifran su disponibilidad en unos 120.000 euros. Sin embargo, cada uno computa cosas distintas, porque en determinados capítulos comparten gastos con las respectivas direcciones nacionales.

El carácter afable y dialogante de las dos principales candidatas del PP, Pilar Barreiro, y el PSOE, María González Veracruz, no hace prever enconados altercados dialécticos entre ellas. Ni tampoco es probable que se las pueda ver confrontar sus programas en debates públicos porque los populares, conscientes de su superioridad en las urnas, no están por la labor.

Además del menor impacto que tendrán los elementos gráficos, los cuarteles generales de González Adalid (PP) y

Princesa (PSRM) han dise-

Pilar Barreiro, cabeza de la lista del PP y M^a González Veracruz, número uno del PSOE. :: LV

ñado campañas con un enfoque más personal. Los actos masivos son cada vez menos numerosos. Los mítines en la plaza de toros de la Condomina abarrotada parecen cosa de la prehistoria política, pero hace tan solo ocho años que José María Aznar celebró el último. El candidato socialista a la presidencia, Alfredo Pérez Rubalcaba, sigue fiel a la tradición con un mitin hoy en el Pabellón Príncipe de Asturias, en Murcia, pero el aspirante popular a La Moncloa, Mariano Rajoy, ni siquiera dará un mitin cuando venga a Murcia el 16 de noviembre, sino que participará

en un acto sectorial con cooperativistas y compartirá un almuerzo con militantes.

En lugar de cantidad, PP y PSRM han optado por primar la calidad y reforzarán los encuentros cara a cara de sus candidatos con los electores, bien a través de actos sectoriales o de visitas a fábricas, establecimientos públicos, lonjas de pescado, centros de investigación...

El creciente uso como instrumento de propaganda de Internet y de las redes sociales, en las que la candidata socialista es una experta, permite también dirigir los mensajes de forma más directa y selectiva a los ciudadanos.

Propuestas y soluciones

Los socialistas han optado por una campaña más personal no sólo porque crean que es más eficiente, sino porque es la que mejor se ajusta a su cabeza de cartel. «María gana mucho cuando habla con la gente cara a cara», comenta el responsable del comité de campaña del PSRM. Otra de las líneas maestras en el puente de mando electoral de los socialistas es transmitir que su candidata, que desde el PP tachan de inexperta, es una política con experiencia, solvencia y propuestas, para lo que le han programado un maratón de actos con representantes de todos los sectores sociales y económicos de la Región. «María no es el futuro, es una realidad con mucho presente», agrega Joaquín López.

Un ingrediente más que contribuirá a rebajar la tensión es la mentalidad nada hostil con que los populares, al menos a priori, encaran la cita electoral. «Creo que son las elecciones en las que la gente tiene más claro lo que va a votar», comenta Pedro Antonio Sánchez, vicesecretario de Organización del PP y miembro del comité de campaña. En la sede popular consideran que no es necesario incidir en las críticas —«la gente tiene muy claro quiénes son los responsables», insiste Sánchez—, por lo que anuncian «una campaña en positivo, centrada en ofrecer propuestas y soluciones y de carácter muy sectorial», precisa el dirigente popular.



APERTURA NUEVO CENTRO DE OCIO Y VACACIONES!!

11 / 11 / 11

Tu estancia a 11 € /noche

Todo incluido en parcela Confort hasta el 30/11/11

¡Reserva ya! Disfruta de nuestros bungalows a 85€/noche para 4/5 personas y 50€/noche 2 personas

MARJAL
Costa Blanca
Eco Camping Resort ★★ ★★
CREVILLET · ALICANTE

965 48 49 45

camping@marjalcostablanca.com
www.marjalcostablanca.com