

# UNA CAMPAÑA TRUCADA

Por Lina ORTAS

El resultado de las elecciones está en manos de los votantes y hay que preservar su independencia. Echar sobre ellos toda la fuer-

za de la televisión y radio oficiales es ir de hecho contra la libertad de voto. Porque la baza no está jugada hasta que no se cuenten los votos de las urnas. De lo que trata esta campaña es de desmoralizar al electorado de

izquierda, centro y derecha que no quiere PSOE, con la idea de que su voto es inútil porque la suerte ya está echada, y así desanimarle para que no vaya a votar. Y eso es claramente antidemocrático.

Y la Coalición Popular no está dividida ni se va a deshacer, como ha dicho Felipe González. Desde 1982 se ha estado diciendo que los del PDP no íbamos a ir en coalición a estas elecciones, y ha sucedido lo contrario. Y coaliciones de partidos del centro y la derecha están gobernando en nueve de los doce países de la Comunidad Europea, y ni son esos Gobiernos débiles ni las diferencias entre los partidos

que las forman impiden un programa común y que el pueblo les dé su confianza.

Hay quien piensa que todos los procedimientos son lícitos para ganar unas elecciones. Pero no es así. La democracia tiene sus reglas y el que no las respeta no merece la confianza de los electores. Coalición Popular está haciendo una campaña positiva, de explicar su oferta, de no contestar a las provocaciones, y de ofrecer una solución y un programa de centro-derecha como los que hoy se prefieren en Europa, y ni está dividida ni le falta la ilusión. Como dicen nuestros carteles, «salimos a ganar».

ne ganadas el Gobierno, y descalificar a todos sus adversarios, para convencer a la gente de que todo lo que se haga a favor de la oposición es inútil. Ese mensaje es grave porque ataca al pluralismo e igualdad de derechos de las fuerzas políticas que inspira toda nuestra Constitución.

Este mensaje se repite y argumenta con encuestas, datos y opiniones. Y a ello contribuyen, a veces inconscientemente, medios de comunicación o personas que, sin ser partidarios del socialismo, se dejan arrollar por la marea de propaganda y triunfalismo oficial. Esta operación es inmoral, porque lo que se fomenta, en el fondo, es la existencia de un partido único y hegemónico, y, como consecuencia, la desmoralización del votante adversario, induciéndole a que no se moleste en votar por una causa que se presenta como perdida. Y si ese juego se introduce, hemos acabado, de verdad, con las elecciones democráticas.

La tercera es la de atacar a la principal fuerza de la oposición, Coalición Popular, diciendo que está dividida y que no va a durar. Con lo cual se quiere repetir la operación que el PSOE promovió en UCD y que tan buenos resultados le dio.

Contra la primera campaña, no hay sino trabajar más y acercarse a los ciudadanos personalmente, por la radio, en la calle, ya que la TV nos niega las oportunidades que multiplica a favor del Gobierno y sus amigos. Pero las otras dos hay que rechazarlas por falsas.



Lina Ortas  
Candidata al Senado  
por Madrid

El objetivo básico de una campaña electoral es doble: primero, se trata de examinar y analizar cuál ha sido el trabajo

que ha hecho el Gobierno durante la legislatura que termina, y luego de dar a conocer las ofertas —programas y personas que van a llevarlo a cabo— de los diversos partidos para la nueva etapa. Para que así los ciudadanos, los electores, puedan formar el juicio que les merece lo que ha hecho el Gobierno que termina y en base a ello renovarle o no la confianza, y elegir, entre las diversas opciones que se presentan, la que ofrezca mejores soluciones a los problemas de la sociedad, en opinión de cada votante.

Es evidente que en esta campaña el PSOE está tratando de desvirtuar las reglas del juego. Quizá porque el balance de sus promesas no es nada brillante. No ha resuelto el problema del paro, sino que los ha aumentado; no ha mejorado la capacidad adquisitiva de los españoles, sino que ha descendido; no ha aumentado el ejercicio de las libertades, sino que han visto coartadas la libertad de expresión o de educación, y muchas personas, funcionarios, pensionistas, tienen miedo y no se atreven a ejercer su derecho de crítica.

Por esta razón, o por otras, trata de desviar la discusión y ha lanzado tres campañas que distraigan al ciudadano del análisis necesario para emitir un voto consecuente.

La primera es la coincidencia, día a día, de la campaña con el Campeonato Mundial de Fútbol. Los hombres españoles, quizá las mujeres un poco menos, es natural que deseen ver en su casa, tranquilamente y gratis, a los mejores equipos del mundo. Y eso hace que todas las tardes, a la hora clásica de las reuniones y los mítines en los que se explica el programa y se juzga la política del Gobierno, sea imposible hacer ningún acto electoral.

La segunda es una campaña que intenta convencer a todos que las elecciones las tie-