

Burgos, de Altos Hornos) y el propio Olarra. En Salamanca fue elegido presidente Jerónimo Iglesias, secretario de Alianza Popular en dicha provincia. En Barcelona era elegido Josep María Figueras, considerado el candidato de UCD, amigo personal de Tarradellas y, según parece, respaldado por "elementos conservadores del empresario, como el grupo Porcioles, que logró colocar un vicepresidente", según el citado diario. Por lo que respecta a la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, fue elegido el único candidato, Adrián Píera, presidente en funciones desde la dimisión de Oriol el pasado año. Píera, aunque de talante liberal y abierto, se encuentra políticamente en posiciones próximas a Alianza Popular.

De alguna manera estos resultados vienen a dar una buena imagen política del empresario español y no difieren demasiado de los resultados obtenidos por CEOE y CEPYME en sus elecciones. El problema estriba en el papel que



Oriol de Oriol.

van a jugar las Cámaras de Comercio. Según sus propios responsables, las Cámaras no van a entrar en relaciones laborales de ningún tipo y se inhibirán en cualquier tipo de conversaciones patronales-sindicatos. No obstante, procurarán representar a los empresarios en sus peticiones y diferencias con la Administración. Lo cual, dicho sea de paso, es difícil de imaginar en unas corporaciones dependientes del Ministerio de Comercio.

Así pues, queda por saber quién va a utilizar a quién y contra quién. Los empresarios, con su símil bélico, parece que se consideran defendidos tanto por las organizaciones patronales como por las Cámaras. Y esto lo mismo hacia arriba (al Gobierno) que hacia abajo (las centrales sindicales). Pero es muy posible que el Gobierno, que también quiera utilizar las Cámaras como algo propio, en contra de la CEOE, siempre tendente a la contestación. En estas circunstancias lo interesante será ver hacia dónde dirige la boca de sus cañones la artillería empresarial. ■

LAS elecciones vienen a ser una especie de "hora de la verdad" en el fantástico mundo de las imágenes, una versión política de los concursos de belleza, en la que en lugar de salir elegida "Mis Cuenca" se eligen los diputados y senadores correspondientes.

Los partidos políticos en estos momentos desarrollan una actividad desenfrenada para recomponer su imagen y la imagen de sus candidatos, sus "estados mayores" se devanan los sesos, con ayuda de los expertos de la publicidad, en preparar las campañas electorales, en encontrar la frase feliz que les sirva de "slogan", las personas más adecuadas para sus listas, el tono de los discursos

y de los mítines, los colores e imágenes de sus carteles, el corte de pelo y las corbatas y trajes que deban lucir sus líderes y candidatos, los aires de optimismo, seriedad, indignación, o condescendencia que deben adoptar en sus intervenciones televisadas. Todo es importante y nada puede descuidarse para obtener el voto y ganar el premio.

La imagen del líder del partido es especialmente importante, ya que inevitablemente se produce una identificación entre esta imagen y la del propio partido en su conjunto. El presidente Suárez es UCD, Felipe González es la imagen del PSOE, Santiago Carrillo es el puro retrato del PCE y Fraga nos da la medida de CDE. Los programas políticos pasan a un segundo término bastante discreto y tienen escasa importancia a la hora de decidir el voto.

Aunque todavía es un poco pronto para conocer las rectificaciones que sobre sus imágenes nos depararán los partidos, parece que UCD tratará de mantener una imagen de eficacia muy próxima a la que ya caracteriza el grupo de los "ejecutivos" en el sector privado y en el mundo de los negocios. Atildadas, serios, discretamente deportivos, camisas y corbatas impecables, todos los ucedés con una cierta talla se parecen cada día más a su jefe, que da el tono de seriedad responsable que corresponde a gente de Gobierno; la excepción del señor Oreja no hace más que confirmar la regla.

En el Partido Socialista nos encontramos con una cierta vacilación y desconcierto a la hora de precisar su imagen, debe ser reflejo de las tendencias ideológicas que existen y se enfrentan en el partido "obrero". Felipe González daba bien la imagen "socialismo es libertad" que presidió la campaña de las anteriores elecciones; después, al convertirse en "alternativa" de poder no ha dejado de complicar un poco las cosas, pues la libertad y el poder nunca han hecho buenas migas y su imagen no es precisamente la misma. Es difícil interpretar el significado de cierto aire "travolta" que está tomando el secretario general del PSOE y cómo compaginarlo con la seriedad socialdemócrata de un aspirante al ejercicio del poder, la cosa quizá pudiera solucionarse con una imagen múltiple en la que

Felipe González estuviera compensado por la solidez de Raventós y el aire profesional de Tierno, que no deja de tener su encanto.

El PCE y Carrillo luchan contra los elementos, contra una larga tradición del partido y contra las desafortunadas intervenciones en la televisión de Camacho, para encontrar la nueva imagen de identificación con una democracia responsable con la que quieren dotarse. Santiago Carrillo lo hace

muy bien, aunque quizá se está pasando un poco en el tono y el aire de sermón que da a sus intervenciones llenas de buen sentido y de comprensión democrática a sus oponentes siempre que se mantengan en la debida compostura democrática.

La imagen de Fraga es una imagen hecha e inamovible, ganada a pulso y a golpes de intransigencia. El Orden con mayúscula, el autoritarismo y el mal genio son una imagen como otra cualquiera y están ahí para el que la necesite, y si la "gran derecha conservadora" de Areilza y Osorio ha querido unirse a Fraga de cara a las elecciones, tendrá que cargar con ella y sacar de la misma el mejor partido posible.

Los demás partidos, salvo Fuerza Nueva, con Blas Piñar, carecen de un líder con imagen a nivel estatal con el que sea posible identificarlos de una manera neta y, quizá, por ello no logran conseguir más votos que los que les aportan sus militantes.

Todo esto que refleja con bastante exactitud una realidad electoral nos da la medida de la vida democrática del país, las campañas electorales nos obligan a votar imágenes y estas imágenes se construyen según técnicas depuradas, aunque no siempre inteligentes, de "marketing" no demasiado distintas que las que sirven para lanzar un producto y popularizar el nombre de una marca.

Es evidente que el sistema es mucho mejor que el del dedo del dictador que antes hemos padecido y que, por tanto, merece la pena defender nuestra flamante democracia de toda veleidat golpista. Al menos ahora los que aspiran a gobernarnos se ven obligados a sonreírnos y a tratar de gustarnos y a ponernos buena cara para conseguir nuestro voto, en tanto que antes la buena cara, las sonrisas y las adulaciones se las dirigían a Franco, que nos gobernaba en primera persona por la gracia de Dios.

Salvada esta diferencia que marca la bondad de nuestro sistema democrático, parece, sin embargo, que no es demasiado pedir que nuestros políticos se decidan de una vez a ofrecernos algo más sustancioso que sus imágenes, que les veamos la cara verdadera a las opciones que se nos ofrecen, que podamos netamente distinguir en sus acciones y programas un partido obrero de uno que defiende los intereses capitalistas y que las diferencias vayan un poco más lejos que la que representa un 3 por 100 de más en los aumentos salariales o en el corte de pelo de sus líderes. ■

LA IMAGEN DE LOS POLITICOS

IGNACIO FDEZ. DE CASTRO