

Inicio con juegos florales

LA POLÉMICA EN LAS REDES

VÍCTOR DE LA SERNA

Hace tan sólo cuatro años, estos espacios que EL MUNDO dedica a las redes sociales en internet y la campaña electoral habrían sido cosa de ciencia ficción, o sencillamente incomprensibles. Ahora los entienden muchos, pero posiblemente no esa «silenciosa mayoría de mediana edad», el 61% del censo, de la que ayer se hablaba en estas páginas y cuya participación en esas redes –lo saben bien quienes las frecuentan– no es abrumadora. Podemos resumir diciendo que en 2011 esos puntos de encuentro y diálogo virtuales ya son importantes, pero que quizá en 2015 resulten decisivos.

Dicen las cifras que en España hay unos 15 millones de usuarios de Facebook y tres millones de Twitter, pero tómenlas con el proverbial grano de sal: hay bastantes más participantes inscritos en ambas que personas reales, ya que de una forma u otra es frecuente abrir varias cuentas. Ahora, las redes –Twitter más ágil y abierta, ya que cualquiera puede seguir a cualquiera; Facebook más apta a las discusiones de fondo, ya que admite mensajes largos, y más selectiva, ya que sólo se puede seguir a amigos que han aceptado al seguidor– son más aptas a convocar a miles de personas a Sol o Wall Street que a decidir el voto de millones.

Hasta anoche a lo que hemos asistido es a un calentamiento de motores porque la campaña apenas había empezado, y sin du-

da el debate irá creciendo de intensidad. Ya se sabe que si la polémica en los medios está protagonizada por periodistas y políticos, las redes sociales dan entrada a cualquier ciudadano, que puede hacerse al menos la ilusión de atraer la atención de los poderosos y entrar en el cuerpo a cuerpo con ellos. Pero la participación personal de los líderes es bien escasa, y casi siempre son las manos y teclados de *community managers* –publicistas, vamos– los responsables de los mensajes de @marianorajoy o @conRubalcaba.

Esperemos –pero sentados– más debates como, por ejemplo, el protagonizado en Fa-

Los 'community managers' multiplican las simplistas proclamas que abren la campaña

cebook sobre el referéndum griego por la muy activa Rosa Díez («no les preguntaron si había que endeudarse más allá de lo posible. Que no les pregunten ahora sobre los problemas derivados de su gestión») y un ciudadano, Daniel Rodríguez Gómez-Pavón («ya está bien de paternalismos y de excluir a los ciudadanos de su responsabilidad en situaciones claves, que lo que no es normal es que en los últimos 33 años aquí se hayan hecho sólo 2 referéndum»).

Ayer eran más comunes las consignas

simplistas de inicio de campaña: de @marianorajoy («hay quien está en el pasado. El PP mira hacia el futuro»), como de @ciuduran2011, la cuenta de Duran Lleida («no proponemos milagros. Proponemos medidas necesarias»). Bostezos. Eso sí, luego saltan las cuentas apócrifas, que dan variedad pero no mucha trascendencia al debate. Así, @_Duran_Lleida: «El 20N ministro. Aquest any sí». O @konRubalcaba: «Y voy a echá a Sínde si no la han echao ya, Ea!».

Esto último venía a cuento del gran acontecimiento de ayer, el mitin socialista de las viejas glorias en Sevilla, que con su hashtag o etiqueta de #AndaluciaconRbCb daba a la campaña, a media tarde y por primera vez, un primer lugar en la lista de los temas más discutidos (*rending topics*, por seguir con el lexiquillo sajón de estas redes) de Twitter.

Aunque el vitriólico Alfonso Guerra no sea tuitero, el mitin ya produjo chispas como las del enardecido @conRubalcaba: «Comparemos educación andaluza con la valenciana, sanidad andaluza con la madrileña... El PP mira hacia los ricos y se atreve a criticarnos». Y desvarios como el de @RecioManolo (consejero de Empleo de la Junta de Andalucía): «Si la economía manda más que la política no estamos en un estado soberano, estamos en un banco».

¿Acabará este magma influyendo en una polémica definida? Veremos en estas semanas. Una duda: ¿tendrá influencia en el debate político que un tuitero llamado @Lisen-siado_Bob y autodefinido como *The original fucker* diga que no hay que votar al PP?

ORBYT.es

>Vea el análisis de Víctor de la Serna.

LA IMAGEN DEL CANDIDATO

JOSEP A. DURAN LLEIDA



EL MUNDO

DNI

> 59 años >Nacido en Alcampell (Huesca) >Licenciado en Derecho >Aspirante a presidente por CiU.

ESTILO

Su acierto. Introduce las tendencias actuales. Imagen impoluta y respetuosa.

Su error. Si lo tiene, lo oculta muy bien.

Salta a la vista

PATRYCIA CENTENO

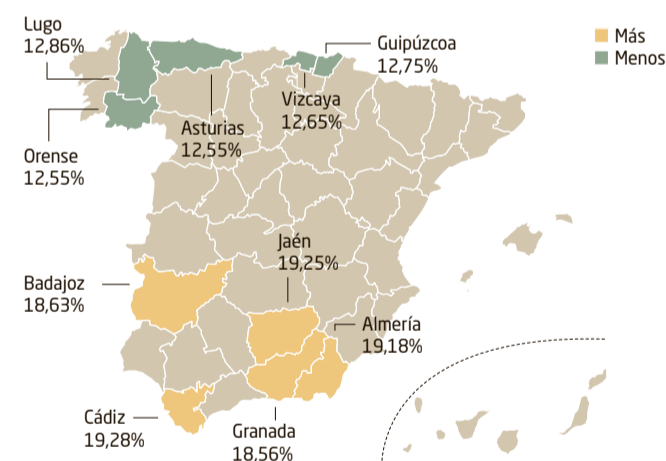
Léase a continuación el caso de un ejemplar político, casi único en suelo español, que, sin perder la esencia conservadora y tradicional que defiende su partido (que se olvide el ministro Sebastián, él nunca irá al Congreso sin corbata), sabe introducir con acierto las tendencias del siglo XXI al rancio uniforme del representante público. A simple vista, cómo no, sus gafas: naranjas, azules, rojas o con los colores del Barça. La montura de sus cristales –que combina según su estilismo– la adivinan a kilómetros en la foto de familia de la Cámara Baja (algo así como un *busca a Wally*).

Presumido, pero también respetuoso con los que tengan que observarlo, ofrece una imagen impoluta que lo hace creíble. Sin embargo, una pulsera de hilo en su muñeca izquierda advierte que bajo su apariencia de hombre formal se esconde una personalidad alegre. Asegura Duran Lleida que sus trajes los compra bien en una empresa textil en la que trabaja un pariente a precio de fábrica –desde el caso de los sastres de Camps, todos intentan dejar claro que los suyos son una ganga–, bien en una tienda de Barcelona que pertenece a la tía de su mujer y donde los adquiere a medida.

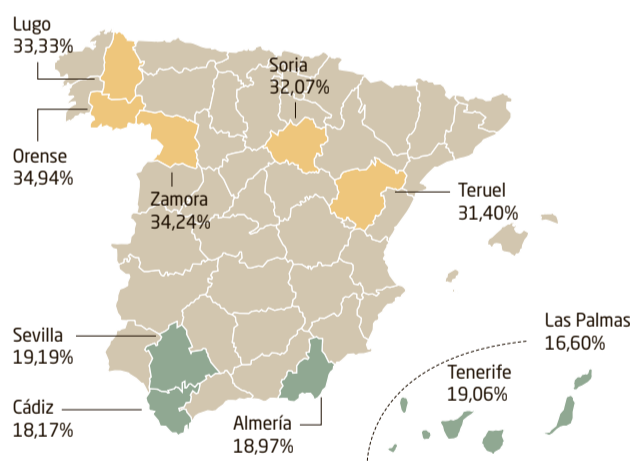
El candidato democristiano evidencia su gusto por el vestir en la utilización de tejidos que sus colegas en el Parlamento ni siquiera imaginan que existen. Además, también demostró que el rosa en la corbata no restaba hombría. Aunque *Convergència i Unió* represente a los catalanes, sabe bien cuál es su escenario de lunes a viernes: Madrid. Por eso, su atuendo se aleja de la sobriedad que caracteriza a los suyos y opta por agrandar más allá de sus fronteras geográficas, estéticas e ideológicas (católico), bajo su camisa lleva colgado un crucifijo). Pese a su calvicie, no abandona el cuidado de los pocos pelos que aún resisten en su cabeza. Su mujer le pasa la máquina y, cada tres meses, va al peluquero. Y así, con la apariencia de un diplomático exquisito, uno puede permitirse arrojar desafortunadas declaraciones como las vertidas estos últimos días. Una imagen bien lograda siempre tiene un efecto tranquilizador.

Territorio joven, territorio mayor

LAS PROVINCIAS CON MÁS Y MENOS ELECTORES DE 30 AÑOS



LAS PROVINCIAS CON MÁS Y MENOS ELECTORES DE 65 AÑOS



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística.

EL MUNDO

MATEMÁTICA ELECTORAL

El disputado voto del señor joven

ROBERTO BENITO / Madrid

Ya sea en forma de mensajes al Movimiento 15-M, como hacen Rubalcaba y el resto de candidatos de la izquierda, o con imágenes como la dejada ayer por Rajoy en su mitin de Leganés, con la *chavalería* situada detrás de él como fondo de escenario, lo cierto es que la vinculación con la juventud, con lo nuevo, con lo dinámico, es una vez más uno de los principales objetivos de los candidatos en esta campaña.

Eso a pesar de que, en una sociedad en proceso de envejecimiento como la española, los jóvenes tienen menos peso en cada convocatoria electoral. Los votantes menores de 30 años siguen siendo un sector de población importante en las provincias del sur del país, especialmente en algunas en las que alcanzan porcentajes cercanos al 20%,

como las andaluzas Cádiz, Jaén y Almería.

Sin embargo, en el resto del territorio nacional tienen poco peso, especialmente en algunas circunscripciones del norte donde suponen poco más del 12% del censo, como las provincias vascas de Guipúzcoa y Vizcaya y las gallegas de Lugo y Orense. Si a eso se suma el hecho de que los mayores porcentajes de abstención se registran en los electores jóvenes, es dudoso que los constantes guiños a la juventud que hacen los partidos tengan alguna incidencia en los resultados que salgan de las urnas el próximo 20 de noviembre.

No obstante, los candidatos son conscientes de las diferencias regionales y adaptan su discurso a los lugares en los que aparcan las caravanas de campaña. Así, no es extraño escucharlos proponer medidas a favor del empleo joven en Andalucía y Extrema-

dura, mientras defienden las pensiones por encima de todo lo demás en el interior de Galicia y Castilla y León.

Porque, en el otro extremo de la pirámide poblacional, se sigue la misma dinámica y las circunscripciones con más electores por encima de 65 años se concentran en el norte de España, mientras que las que tienen menos mayores lo hacen en el sur.

Al frente de las primeras, con un tercio de sus electores en la tercera edad, están Orense, Zamora, Lugo, Soria y Teruel, provincias con fuerte carga de población rural, un elemento esencial en el envejecimiento poblacional, ya que los jóvenes emigran a las ciudades en busca de oportunidades laborales. En el polo opuesto, con porcentajes de mayores por debajo del 20%, están las dos provincias de Canarias, Sevilla, Cádiz y Almería.