

## El día de los 'hooligans'

### LA POLÉMICA EN LAS REDES

VÍCTOR DE LA SERNA

A lo largo de toda la jornada de ayer, en la red social que más cuenta para los políticos y quizá para los potenciales votantes, Twitter, un solo tema llegó a incorporarse a la lista de *trending topics*, de los asuntos más veces mencionados en España. El enunciado lo dice todo: *#elnoviodeRajoy*. Y a lo largo de las horas se mantuvo en el primer puesto, desafiando la lógica y los buenos modales, este *hashtag* que nos ilustra una de las características menos reacias de Twitter (y de las redes sociales en general) pero que no hay más remedio que recordar de vez en cuando: el *hooliganismo* acendrado que se propicia al amparo del anonimato.

Así que miles de mensajes fueron sustentando el tema de mayor éxito en esta red desde que empezó la campaña electoral. En realidad, menos, ya que muchos eran sencillamente repeticiones de los de mayor éxito, incluidos los más soeces, como, por ejemplo, uno del ciudadano, o lo que sea, que se firma como *@EvilSinatra*: «elnovioderajoy tiene SIDA. Pásalo». De esa ralea, muchos.

Enfrente se respondía de diferentes formas. Con incompreensión: «Hay algún motivo exacto para que *#elnovioderajoy* sea TT? Además de porque Twitter es medio tonto quiero decir...». Con protestas: «En el *hashtag* *#elnovioderajoy* pueden encontrar a gente tolerante que se burla de la supuesta homosexualidad de otra persona. Talante!!!». Con ataques: «*@ElenaValenciano* eres poco profesional. Cada vez que tu equipo diseña guerra sucia en *#Twitter*, se vuelve en vuestra contra *#elnovioderajoy*».

¿Se trata de verdad de guerra sucia, de una táctica fomentada por la candidatura de Rubalcaba? Parece dudoso, pero nadie pue-

de saberlo a ciencia cierta. Este recurso al gamberrismo (con una dosis de homofobia que provocaría denuncias al juzgado de guardia si procediese de la derecha) sí que puede servir como muestra de frustración con una campaña aparentemente perdedora, de utilización espuria de las redes para emponzoñar y envilecer el ambiente pre-electoral. Algunos reprochan a quienes lo critican falta de sentido del humor. Pero todo ello huele a oportunidad perdida para la credibilidad de las redes.

Junto a este suceso que quizá sea prolegómeno de más muestras de incivismo cibernético en esta última semana de una

### Aparte de la rutina propagandística, sólo un 'TT' soez resalta la campaña en Twitter

campaña aparentemente decantada desde antes de empezar, los últimos días han confirmado las estrategias esbozadas desde el inicio. Por una parte, una única candidata, Rosa Díez, parece confiar en la amplitud de discurso que ofrece Facebook y en su audiencia numéricamente superior a la de Twitter para colocar sus mensajes y ocasionalmente –muy ocasionalmente, pero eso ya es más que sus rivales– entrar en diálogo o debate con sus amigos de esa red. Y, por otra parte, los demás candidatos o sus representantes, que van soltando *pildorazos* de su propaganda, muy a menudo en los mismos momentos en que se desarrolla un mitin físico en alguna ciudad del país. El vasco Josu Erkoreka comparece poco y con tono muy independentista, el catalán Josep Antoni Duran Lleida más y advirtiendo sobre

todo de que PP y PSOE solamente quieren hundir a Cataluña, Mariano Rajoy con cuentagotas (por suficiencia al saberse vencedor o para dar más peso a cada uno de esos mensajes) y Alfredo Pérez Rubalcaba y sus partidarios con abundancia, disparando contra todo lo que se mueve. Tanto que algunos podrían pensar que esos *hashtags* de mal gusto sí que forman parte de una campaña del tipo *de perdidos, al río*.

Los votantes más interesados en algún tipo de interacción con los candidatos se han dado cuenta ya de que éstos sólo están utilizando las redes de altavoces y postes repetidores. Pero algunos sí que intentan entrar a una crítica razonada, o a suscitar al menos algún tipo de debate.

Así, al poco rato de enviar el *community manager* del PP a través de Twitter un mensaje firmado *@marianorajoy* con un enlace al discurso de su candidato en el mitin de Zaragoza y el texto «Los emprendedores tendrán en los gobiernos del PP a un amigo», saltaba *@AgusPiedrabuena*, o Agustina Piedrabuena, con sorna al palio ciberespacial: «Empresario: malo. Emprendedor: güeno. Técnico: güeno. Tecnócrata: malo. No salga de casa sin su diccionario político-correcto/español».

Naturalmente, nadie le contestaba desde el PP ni ningún otro partido a esta «*teleco* a la que le gustaría saber mucho más de Tecnologías, Historia, Filosofía, Derecho, Sociología, Economía, Empresa, Finanzas, Arte y un par de idiomas más», y eso que su perfil es bastante exactamente el que debería interesar a los políticos de entre la muchedumbre que puebla las redes sociales, y cuya influencia puede ser multiplicada por ellas. Pero esas voces resuenan poco, al parecer, en comparación con las que insultan o tocan palmas. Está quedando bastante claro que estos comicios llegan pronto para nuestros políticos, cuya capacidad para escuchar y responder, bastante subdesarrollada de por sí, no está –en general– a la altura de las posibilidades de comunicación y convicción que el nuevo medio ofrece.

### LA IMAGEN DEL CANDIDATO

#### ELENA VALENCIANO



JAVIER BARBANCHO

#### DNI

>51 años >Madrileña que vive en Alicante  
>Feminista de pro >Adora estar en familia y escribe con buena pluma.

#### ESTILO

**Acierto:** Presume de curvas con naturalidad. Su firmeza se lo permite.

**Error:** Escotes generosos y transparencias.

## Sin miedo

PATRYCIA CENTENO / Barcelona

Alfredo Pérez Rubalcaba se atrevió a proponerla –fruto de la fantasía, el deseo y la cercanía– para protagonizar la portada de una revista masculina en la que las chicas aparecen ligeras de ropa. Feminista declarada, a saber cómo se tomó la broma Elena Valenciano. La aparente dureza de su carácter asusta, pero, tal y como le sucedía a la ex secretaria de Estado de EEUU, Condoleezza Rice, la firmeza –algo chulesca– que proyecta le permite ciertas licencias femeninas a las que otras compañeras de partido jamás accederán. En su caso, su privilegio es presumir de curvas.

Aunque no pegue con la seriedad que se presupone para su cargo, la socialista luce en su hombro izquierdo un tatuaje. Pese a que lo fácil sería imaginar que fue un lapsus de juventud, la *número dos* de las listas del PSOE fue muy consciente de su adorno permanente. Se le antojó pasados los 40, al acompañar a su hija adolescente a hacerse uno. Si bien ni política ni estéticamente –ahora se parece más a una vulgar calcomanía– es lo más correcto, lo lleva con naturalidad. De hecho, no fue hasta este verano cuando se levantó la liebre –o voló la mariposa–. Como no soporta bien los calores –«la refrigeración en el Congreso aún está hecha a medida de la corbata, la chaqueta y la temperatura masculina», denunció en agosto–, todos sus modelos estivales (de tirantes o manga corta) provocaron que las miradas se centraran en sus robustos brazos.

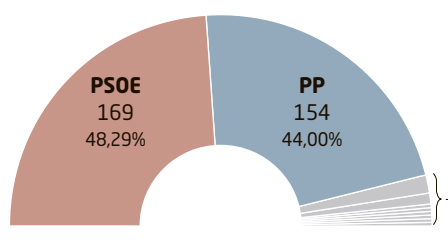
A diferencia de sus colegas, a la jefa de campaña del PSOE se le reconoce cierta orientación cromática. Sin embargo, aún comete algunos de los errores más básicos en el código indumentario de una política: escotes generosos y uso de transparencias. También resbala con bastos tacones, camisetas con mensajes –en medio de la vorágine con los tejidos de su jefe, una de ellas rezaba *«jeans or jaquet?»*– y bolsos desmesurados a lo Mary Poppins –en el maletín que portaba el día del debate cabía el propio Rubalcaba–. De todos modos, tras confesar en Twitter que uno de sus traumas infantiles fueron «las braguitas de ganchillo», está claro que Valenciano ya no le teme a nada.

### ORBYT.es

>Vea hoy el vídeo sobre el estilo de Elena Valenciano.

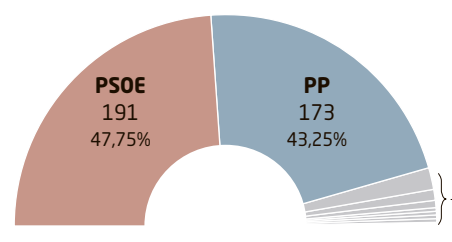
### El sistema electoral (IV). El número de diputados

#### CONGRESO ACTUAL



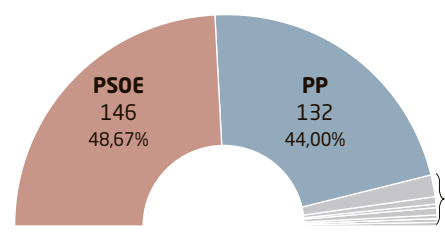
OTROS		
CIU	10	2,85%
PNV	6	1,71%
ERC	3	0,86%
IU	2	0,57%
BNG	2	0,57%
CC	2	0,57%
UPyD	1	0,29%
NA-BAI	1	0,29%

#### CONGRESO CON 400 DIPUTADOS



OTROS		
CIU	14	3,50%
PNV	7	1,75%
IU	4	1,00%
ERC	3	0,75%
CC	3	0,75%
BNG	2	0,50%
UPyD	1	0,25%
NA-BAI	1	0,25%

#### CONGRESO CON 300 DIPUTADOS



OTROS		
CIU	9	3,00%
PNV	4	1,33%
IU	2	0,67%
ERC	2	0,67%
CC	2	0,67%
BNG	1	0,33%
UPyD	1	0,33%
NA-BAI	1	0,33%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística.

EL MUNDO

### MATEMÁTICA ELECTORAL

## Más o menos escaños, mismo Congreso

ROBERTO BENITO / Madrid

En medio del debate sobre la necesidad de ahorrar (o no) en la Administración y en la estructura del Estado, se han colado en campaña propuestas para variar el actual número de 350 escaños que tiene el Congreso, y en los dos sentidos: a favor de ampliarlo a 400 (UPyD) y a favor de reducirlo a 300 (PP).

Sin variar ninguno de los otros elementos del sistema electoral (Ley D'Hondt, circunscripciones provinciales, escaños mínimos por provincias), lo cierto es que electoralmente la variación –que está contemplada en la Cons-

titución, donde se establece una Cámara Baja de entre 300 y 400 diputados– no tendría mucha incidencia en la representación que obtiene cada partido.

Si de las elecciones de 2008 hubiera salido un Congreso de 400 diputados, en lugar de 350, la mayoría de los nuevos escaños habrían ido a parar a los dos principales partidos, que habrían logrado un porcentaje de diputados muy similar al actual. También ganarían CiU, PNV, IU y CC, y se quedarían igual –es decir, serían los perjudicados– ERC, BNG, Nafarroa Bai y, precisamente, UPyD. Por eso,

el partido de Rosa Díez propone que la mitad de esos 400 diputados se elijan en una circunscripción única, lo que sí le beneficiaría.

Pese al considerable aumento de escaños, ningún nuevo partido obtendría representación parlamentaria.

Un Parlamento de 300 diputados tampoco habría supuesto grandes cambios. La mayoría de los partidos tendría menos escaños que ahora, pero la bajada sería en proporciones similares, mientras que IU, CC, UPyD y Nafarroa Bai se quedarían igual, y serían, por tanto, los únicos beneficiados.