

EN LAS REDES

'Lifting' virtual y #esceptiCISmo

Rubalcaba en Twitter ya no es una R. Con el pistoletazo de salida de la campaña electoral, el equipo del candidato ha decidido cambiar la imagen de su perfil en la red social de los 140 caracteres. Desde que echó a andar @conRubalcaba, su imagen asociada era una gran letra R blanca sobre un fondo de color rojo-PSOE. Ahora ese icono ha sido sustituido por una fotografía del ex ministro del Interior. La novedad fue debidamente anunciada por los gestores de la cuenta: «La campaña comienza. Nos apetecía cambiar la R por una foto más cercana. Llevábamos tiempo pensándolo. Hoy nos han ayudado a decidirnos».

La apuesta sigue la máxima de «renovarse o morir» pero no está exenta de riesgos. Twitter es un campo abonado a la broma y resulta muy fácil y tentador jugar con los iconos de los perfiles. Hace pocos días, Mariano Rajoy sufrió en sus carnes virtuales esta guasa. El día de Halloween, la red se llenó de disfraces del líder del PP. Multitud de usuarios cambiaron la foto de su propio perfil por la imagen que presenta Rajoy en su cuenta tras añadirle narices de payaso, gorrros, orejas y otros curiosos complementos. Los intentos de los responsables de su cuenta por frenar esta chanza no hicieron más que multiplicar el pitorreo.

Paso adelante, paso atrás. La renovación de la imagen de su candidato en Twitter ha sido un pasito adelante en la estrategia electoral socialista. Pero, como en la canción, el movimiento ha venido acompañado de un pasito atrás. Hasta ayer, y desde hacía algún tiempo, la

La nueva Chacón. El candidato del PSOE no ha sido el único que ha decidido renovar la imagen de su perfil con motivo de la campaña. Otros dirigentes políticos también se han animado a actualizar sus fotos. Entre las últimas en apuntarse al lifting virtual está Carme

La otra pegada. A falta de muros físicos, hubo quien quiso apostar por los virtuales. Fue el caso de @UPyD, que animó a los *tuiteros* a difundir los carteles de su candidatura en internet. Su capacidad de convocatoria puso los *hashtag* #cadavotovale y #20NUPyD entre los temas del día en Twitter, lo que además sirvió para impulsar su nueva página: *cadavotovale.es*.

El CIS, a debate. La última encuesta del CIS se convirtió, sin duda, en el debate del día. Los hubo socarrones, como @kurioso: «El CIS da al bipartidismo 316 escaños y sólo 34 a los 45 partidos restantes»; escépticos, como @mimesacojea: «Según el CIS el PSOE dobla en intención de voto al PNV en Euskadi. Decidme que no soy el único al que le suena raro»; y analíticos, como @bufetalmeida: «El CIS lo deja bien claro: el voto útil para frenar al PP no es el PSOE». Pero la tónica general fue la desconfianza que mostró desde el principio el portavoz popular, @gonzalezpons: «La cocina del CIS huele a tostada».

Información elaborada por David Sanz Ezquerro y Sergio Rodríguez.

ELMUNDO.es

► Especial:
Siga al minuto el desarrollo de la campaña electoral.



Las nuevas imágenes de Rubalcaba y Chacón en Twitter. / EL MUNDO

web del PSOE remitía directamente a los internautas a la página de su candidato. Al teclear *www.psoe.es*, se entraba directamente en *www.rubalcaba.es*. Este viernes se rectificó la redirección y la web del PSOE volvió a exhibir su propio contenido. Eso sí, reservando un lugar muy destacado para la promoción de la de Rubalcaba, que ahora tiene espacio exclusivo en su cabecera.

Chacón, cabeza de lista del PSOE en Barcelona. La cuenta en Twitter de la campaña de la ministra de Defensa, @CarmeChacon2011, luce desde ayer una foto más actual. Se trata de una imagen en blanco y negro que muestra a una Chacón sonriente, con la cabeza ligeramente ladeada hacia la derecha y enmarcada en un cuidado entorno.

LA IMAGEN DEL CANDIDATO

MARIANO RAJOY



EFE

DNI

- > 56 años > Nacido en Santiago
- > Licenciado en Derecho y registrador
- > Aspirante a presidente por el PP

ESTILO

Su acierto. Está cambiando su imagen de hombre en blanco y negro

Su error. Su barba chirría con su peinado

Escala de grises

PATRYCIA CENTENO

La revista británica *The Economist* lo dejó claro en junio: «Mariano Rajoy es la pesadilla de cualquier asesor de imagen». Con tal amenaza, el equipo de campaña de los *populares* se ha fijado, al fin, y tras dos intentos fallidos, en la apariencia de su candidato. El reto es difícil. La imagen de Rajoy no posee ninguna de las cualidades que se exigen a un mandatario político: seguridad (firmeza), seriedad (madurez) y cercanía (carisma). Por suerte para él, las siglas de su partido se encargan, en estos momentos de crisis, de conferirle la fuerza que requiere como líder. Los asesores únicamente se han centrado en actualizar su indumentaria. Él, como buen aprendiz, se deja hacer. Porque es tal su voluntad de salir victorioso que, ataviado con unas bermudas, mostró sus piernas lechosas y sus pies desnudos a una revista femenina a finales de verano.

Hoy sus tradicionales corbatas azules y granates se tiñen de colores más alegres, como el verde manzana o el rosa fucsia; su figura se estiliza a base de mucha bicicleta estática y yogures para la cena; las sonrisas dulcifican sus propuestas; y la tonalidad de sus trajes negros se rebaja progresivamente. Y aunque a quien viste de gris se le atribuye una personalidad ambigua y misteriosa, a medida que se acerca al blanco, si se practica bien, anuncia un refinamiento encantador. Ese intento de finura en la vestimenta llegó a su clímax hace una semana cuando Rajoy descubrió en La Coruña el *cheviot* para su americana. Pese a que su barba es necesaria –debido a las cicatrices causadas por un accidente de tráfico–, chirría con el castaño Grecian 2000 de su peinado conservador (raya al lado). Tampoco su rostro encuentra refugio en sus gafas. Con un modelo insulso y vacío, las lentes de funcionario aplicado que llevaba cuando su grupo llegó por primera vez a La Moncloa en 1996 le prestarían ahora carácter. Con todo, Rajoy es un hombre en blanco y negro. Prueba de ello son las favorecedoras instantáneas que la revista *Telva* publicó, en su último número, del líder popular. Y ahí, se quitó las gafas. Todo sea para verlo mejor.

ORBYT.es

>Vea hoy el vídeo en EL MUNDO en Orbyt.

■ La edad y el sexo de los votantes

Hombres	Edad	Mujeres	Total
418.088	18 a 19	396.219	814.307
1.088.762	20 a 24	1.033.435	2.122.197
1.251.336	25 a 29	1.196.512	2.447.848
1.584.084	30 a 34	1.526.665	3.110.749
1.734.767	35 a 39	1.684.422	3.419.189
1.674.679	40 a 44	1.644.273	3.318.952
1.621.897	45 a 49	1.619.149	3.241.046
1.474.625	50 a 54	1.495.344	2.969.969
1.250.858	55 a 59	1.286.318	2.537.176
1.134.085	60 a 64	1.198.470	2.332.555
988.899	65 a 69	1.091.730	2.080.629
754.981	70 a 74	896.577	1.651.558
749.354	75 a 79	987.717	1.737.071
525.834	80 a 84	802.667	1.328.501
382.549	85 y más	803.005	1.185.554
16.634.798	Total	17.662.503	34.297.301

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística.

EL MUNDO

MATEMÁTICA ELECTORAL

Una silenciosa mayoría de mediana edad

ROBERTO BENITO / Madrid
Frente a los recurrentes discursos para atraer el voto joven o el apoyo de los mayores, tan repetidos por los partidos, quizá en estas elecciones vaya a manifestarse más que nunca el poder de la silenciosa mayoría que forman los casi 21 millones de españoles que tienen entre 30 y 65 años.

Son el 61,02% del censo electoral y, año arriba año abajo, componen el sector de población de mediana edad. El mismo que ve ya lejos el colchón familiar del que suelen disfrutar los jóvenes, que tiene que hacer frente al

pago y sostenimiento de una vivienda y que tiene mayoritariamente hijos menores a su cargo. El mismo que, en consecuencia, es el más susceptible a los rigores económicos, el que ve con más preocupación el desempleo y, en definitiva, el que es más conservador en momentos de crisis.

No es casualidad que a ellos, a los que llama «la gente normal», haya dirigido principalmente Mariano Rajoy su discurso. Es la clase media, los hombres y mujeres asalariados con hipoteca, coche e hijos, en la que el PP quiere fundamentar su victoria el 20N.

En cualquier caso, los mensajes hacia jóvenes y mayores siguen estando en la agenda de los partidos. Hay 5,3 millones de menores de 30 años en el censo, un 15,70%, y casi ocho millones de mayores de 65 años, un 23,28%. Este último dato es significativo, ya que sube en cada convocatoria: en las pasadas generales, el porcentaje era del 22,19%.

Por último, recordar que las mujeres siguen siendo mayoría (51,50% del censo, frente al 48,50% de hombres) y que, por eso, los partidos, y muy especialmente el PSOE, se dirigen insistentemente hacia ellas.