



lainformacion.com

POLÍTICA

## El PP potencia al partido y diluye al candidato, el PSOE hace lo contrario

Víctor de Cea

viernes, 23/05/14 - 13:09

comentar [ 0 ]

- Pere García de Riscos y Jose Antonio Sanahuja desgranar los pros y los contras de los carteles electorales del **PP** y del **PSOE** en vísperas de las elecciones europeas.
- La conclusión es clara: el PP apuesta más por el partido, el PSOE por el candidato. El PSOE intenta ser más próximo porque teme más la abstención.



Carteles Europeas PP PSOE

**Pere García de Riscos** de TISOC Coaching y el politólogo **Jose Antonio Sanahuja** analizan los carteles electorales del PP y del PSOE, en vísperas de las



lainformacion.com



elecciones europeas. El primero tiene claro que el PP, diluyendo la figura de Cañete y potenciando la marca del partido y su color ha querido que el elector se fije más en su

punto fuerte: las siglas del PP. Por su parte el PSOE, con un primer plano claro de [Elena Valenciano](#), ha preferido jugar la baza de la candidata por delante del partido. Sanahuja es más crítico con el cartel del PP que considera más frío y distante, mientras que cree que el del PSOE es más cálido y movilizador. No obstante cree que en ambos casos, el nivel de comunicación [política](#) que reflejan es deficiente.

### **El cartel del PP es potente en su esquina derecha... el partido, el camino, la flecha a seguir**

En su análisis, Risco señala que en el caso del Partido Popular, el protagonista **Arias Cañete** no aparece en primer plano y está diluido a través del color azul. La potencia está en su esquina inferior derecha aparece una flecha que tiene su dirección hacia el símbolo del partido poniendo PP. Esto refuerza el objetivo de los populares que es "ensalzar la figura del partido y no la del candidato".

En cambio el PSOE a través de su cartel hace todo lo contrario, tiene como objetivo "ensalzar a su protagonista. Quiere remarcar la fuerza de la candidata". Lo consigue poniendo a Valenciano en primer término, manteniendo el color y el realismo. Busca la frescura y la proximidad siendo rigurosos.

**[Te interesa leer: [El 43% de los españoles cree que las elecciones de este domingo no son importantes](#)]**

De esta manera "los grupos de comunicación de ambos partidos se han centrado en los que son sus puntos fuertes actualmente". En el caso del PSOE "remarcar la figura de la candidata por el mal momento que vive el partido"; y en el caso del PP "remarcar el nombre del Partido Popular".



lainformacion.com

“Es muy difícil crear un hilo común entre ambos carteles porque son completamente diferentes y tienen objetivos muy diferentes”.

### **El PSOE usa el tú para evitar la abstención, el PP es menos directo**

En cuanto a los lemas, el PSOE su mensaje es muy inclusivo incluyendo el “Tú” de manera explícita, busca “la implicación ciudadana ante el miedo por la gran abstención que según los sondeos habrá en estas elecciones. Al PSOE la abstención siempre le ha afectado más por lo que es necesario este tipo de mensaje”.

En el caso del PP sigue la estrategia de “no mojarse tanto, la misma que ha llevado a cabo estos últimos meses, ya que ha comprobado que no le ha ido mal. Buscan pasar por encima”. Se centran en la imagen del partido. Los mensajes llegan a la ciudadanía de manera muy difusa. Uno de los grandes retos es convencer y captar la atención. Con una frase es muy difícil convencer a la ciudadanía. Lo determinante es tener un líder muy carismático algo que en España hace mucho que no pasa.

“El modelo de publicidad de mensajes y eslóganes en la cartelería se está cambiando ahora”. Actualmente a través de las Redes Sociales, los cara a cara son “bajo mi punto de vista lo que tiene más efectividad hoy en día. Las redes sociales humanizan a los candidatos así que cada gesto, cada movimiento puede llegar a todo el país al minuto. No diría que está obsoleto pero sí en decadencia”.

### **El cartel del PP es frío y distante, el del PSOE intenta ser más cálido**

Si no era suficiente con la desafección política, el crecimiento de la abstención o la falta de propuestas, **las vallas publicitarias de los**

**principales partidos políticos tampoco son efectivas para estos comicios europeos**, sentencia Sanahuja.

**Los carteles electorales de los dos grandes partidos para estas elecciones al Parlamento Europeo son "un desastre en términos de comunicación política"** afirma el politólogo y Profesor de Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense de Madrid.

En el caso de los Populares, **Sanahuja apunta a que su imagen "es fría. No ayuda su rostro cubierto por la barba. Parece que está allí porque tiene que estar, no tiene intención"**.

En cambio, en relación a Valenciano, acepta que **"su imagen consigue tranquilidad por la inclusión del color, el primer plano y la postura entrecerrada de sus ojos. Es más cálido"** señala. Aun así no consigue un efecto contundente. En cuanto al **mensaje apunta a que el de los socialistas incita más al voto y a la implicación de la ciudadanía**. En cambio, **el de los populares aleja al electorado** en un momento en el que, según él, es necesario lo contrario.