



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

INFORME SOBRE LA ACTIVIDAD DESARROLLADA

POR EL GABINETE DE PRENSA DEL PARTIDO ANDALUCISTA

DURANTE LAS ELECCIONES AUTONOMICAS JUNIO 90



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

INFORME SOBRE LA ACTIVIDAD DESARROLLADA

POR EL GABINETE DE PRENSA DEL PARTIDO ANDALUCISTA

DURANTE LAS ELECCIONES AUTONOMICAS JUNIO 90

1.- INTRODUCCION

El objetivo principal del Gabinete de Prensa durante la precampaña y la campaña de las elecciones autonómicas del 23 de junio de 1990 ha sido asegurar la presencia diaria del partido en general y especialmente de su candidato Pedro Pacheco en los medios de comunicación. Una presencia que reforzara la imagen que, según los criterios del equipo asesor y el comité electoral, debía proyectar ante los electores. Se trataba, por tanto, de destacar aquellas cuestiones que interesaba difundir como mensaje o posición oficial del partido y su candidato.

Al mismo tiempo, hemos pretendido mantener un contacto permanente con los responsables directos de la información - periodistas, redactores jefes y jefes de informativos- para que se sintieran informados de todas las actividades electorales que realizaban los dirigentes del partido: durante la precampaña nos ocupamos de Pedro Pacheco, Alejandro Rojas Marcos y Salvador Pérez Bueno; ya en la campaña, nos centramos exclusivamente en el candidato. Rojas Marcos había decidido trasladarse a Almería y la campaña de Pérez Bueno estaba dirigida por el Comité de Sevilla. El Gabinete de Prensa controlaba, sin embargo, sus apariciones en debates y entrevistas.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

2.- TRABAJOS REALIZADOS

Los planteamientos expresados anteriormente se han concretado en el envío diario de NOTAS DE PRENSA sobre los contactos con los medios de comunicación mantenidos por Pacheco (así como por Pérez Bueno y Rojas Marcos durante la precampaña). Notas que tenían un doble objetivo: ofrecer la posición oficial del partido sobre lo expresado por el candidato y hacer llegar información sobre sus actividades a aquellos medios que pudieran tener dificultades para recibirlas por otros conductos. Hemos tenido la agradable sorpresa de ver publicadas textualmente en algunos diarios las notas enviadas.

También hemos enviado constantemente los programas de actos de Pedro Pacheco (así como los de Rojas Marcos y Salvador Pérez Bueno cuando se ha tratado de ruedas de prensa o visitas fuera de Almería o Sevilla, respectivamente). Al mismo tiempo se ha trabajado permanentemente con la idea de llegar al mayor número de medios y en las condiciones más favorables para los intereses del partido y del candidato. Así, se han realizado numerosas entrevistas y comparencias públicas no sólo de Pacheco, sino de otros dirigentes andalucistas tanto en medios escritos como audiovisuales. En este sentido, la coordinación con los medios y los participantes en los actos ha sido óptima. Que se tenga constancia sólo José Núñez faltó al debate sobre Expo convocado en la cadena SER.

Uno de los primeros trabajos que realizamos en el Gabinete fue la elaboración de una carpeta que contenía:

- Datos generales de la campaña
- Desglose presupuestario
- Listas electorales
- Biografía de los candidatos números uno
- Breve resumen del programa electoral
- Programa de actos de Pacheco y Rojas Marcos

Esta documentación permitió a los medios de comunicación tener una información fácil de manejar y resumida, que amortiguó los problemas ocasionados por el retraso en la impresión del programa y en el cierre de los actos diarios.

Otro trabajo realizado durante los primeros días fue la elaboración de un listado de teléfonos y fax de los distintos medios de comunicación, con la intención de facilitar el trabajo al personal encargado de enviar los textos, que realizaba por primera vez labores de este tipo.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

También se ha elaborado diariamente un dossier de Prensa, con tres copias: para el Gabinete, para los asesores y para el coordinador de la campaña, que ha permitido un seguimiento exhaustivo de todo lo que se ha publicado sobre el PA en particular y de las elecciones en general. Para próximos comicios sería interesante tener acceso al mayor número de prensa regional, petición realizada por los asesores pero no atendida finalmente, aunque algunos de esos periódicos se reciben habitualmente en el Comité Nacional.

Asimismo diariamente hemos grabado los principales informativos radiofónicos de los que en algunos casos hemos sacado apuntes, ideas y proyectos que después se han plasmado en las notas de Prensa y en un mayor conocimiento del Comité Electoral del desarrollo de los comicios. Siempre que ha sido posible se han grabado también los informativos de las distintas televisiones, aunque en este caso sí nos hemos encontrado con problemas de infraestructura.

Hemos contado con un sólo televisor y un sólo video, ambos de baja calidad, al que han tenido acceso todas las personas de estas dependencias, lo que ha provocado desajustes en los canales y desconexiones frecuentes. La coincidencia horaria de algunos informativos también ha sido un handicap que unido a la escasa destreza de todos en el manejo de los aparatos ha impedido en alguna ocasión grabar los espacios electorales.

El Gabinete de Prensa ha elaborado un artículo solicitado por el diario ABC, aunque al final se envió otro texto redactado por el equipo asesor. (Otro artículo pedido por El Correo fue anulado). Sin invadir el ámbito específico de los asesores, desde el Gabinete se ha tratado en todo momento de aportar ideas útiles a la campaña.

A modo de conclusión en este apartado, consideramos modestamente que el objetivo principal se ha logrado. La presencia del partido y del candidato en los medios de comunicación ha sido constante. Desde el Gabinete de Prensa se ha facilitado una información puntual y permanente de todas las actividades previstas o desarrolladas, facilitando el acceso de los periodistas a los candidatos y la participación de estos en debates y entrevistas.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

3.- COORDINACION

Una de nuestras primeras intenciones era alcanzar un grado amplio de coordinación con el Comité Nacional, en concreto con Santi y José Luis Villar, ambos muy familiarizados con los medios de comunicación y el trabajo propio de un Gabinete. Ambos además habían acompañado a Pepe Arenzana y a Inmaculada Navarrete en las elecciones europeas y legislativas respectivamente. Pero si bien la coordinación y el apoyo ha sido posible a veces, otras no ha sido posible por el trabajo que ellos ya desarrollaban para el Comité de Sevilla y otros menesteres. Hubiera sido conveniente contar con ellos más a menudo. Incluso para posteriores comicios sería aconsejable que acompañaran al periodista encargado del Gabinete.

El Comité Nacional nos ha ayudado sobre todo en el envío de las notas, gracias al FAX automático que poseen. El del Comité Electoral es manual y una vez que intentamos enviar una nota desde aquí a todos los medios de Andalucía, tardamos día y medio. También se solucionó bastante tarde el problema de los ordenadores, que entraron en funcionamiento cuando llevábamos ya una semana de precampaña.

En la elaboración y difusión de los programas diarios de actos a veces se han producido desajustes y en algún caso aislado incluso retrasos, lo que ha provocado cierta descoordinación. Así ha ocurrido con Salvador Pérez Bueno, cuando José Tomás o el Comité de Sevilla no avisaban a tiempo de sus actividades. También ha pasado con Pablo Ollero, representante del partido en el autobús de campaña, que se ha quejado de que durante los últimos días de campaña le ha llegado muy tarde el programa de actos, lo que a su vez ha provocado quejas de los periodistas que acompañaban al candidato.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

La necesidad -lógica, por otra parte- de que el coordinador de la campaña diera el visto bueno a las notas de prensa ha provocado, en algunos casos, cierto retraso en su difusión. Algo similar ha ocurrido ante la espera de que algunos de los periodistas que acompañaban al candidato comunicaran al Gabinete lo tratado en las distintas ruedas de prensa ofrecidas durante la campaña por Pedro Pacheco. En la precampaña la situación fue incluso algo peor, utilizándose a medias las crónicas emitidas por las emisoras de radio y las cadenas de televisión y la invención sobre los mensajes acordados por el equipo asesor. Esta situación, como se propone más adelante, puede solucionarse con una mayor coordinación con los comités territoriales, que deben contar con sus propios Gabinetes de Prensa.

Las relaciones entre el Gabinete de prensa y el equipo de asesores han sido escasas. Salvo una primera reunión para estudiar y corregir el contenido de la primera nota de prensa, no se han producido más contactos de ese tipo, lo que ha podido provocar en determinados momentos cierto desconocimiento sobre la dirección de la campaña. Aunque no se han detectado contradicciones graves entre los consejos de los asesores y lo divulgado desde el Gabinete, el riesgo ha existido y convendría evitarlo en todo momento.

Algo similar ocurre con los comités territoriales, desde los que también se realizan labores propias de un Gabinete de prensa. En este sentido, hay que potenciar la capacidad de difusión de estos comités y al mismo tiempo mejorar su coordinación con el comité electoral central para evitar duplicidades y mejorar la comunicación con los medios. Para ello, hay que dotar a los comités de la infraestructura necesaria, que analizamos en otro apartado de este informe.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

4.- PROYECTO DE GABINETE DE PRENSA PARA PROXIMAS ELECCIONES

A) PERSONAL.-

En el Gabinete de Prensa hay que contar con un periodista que tenga cierto conocimiento del ámbito en el que tiene que desarrollar su labor, con contactos personales en los medios a los va a dirigir su trabajo e ideas propias para proponer respuestas del partido ante acontecimientos de actualidad.

La labor del periodista debe estar apoyada por otra persona familiarizada con los medios de comunicación y su funcionamiento, que descargaría de trabajo secundario al periodista y mantendría contactos de segundo nivel (como confirmar telefónicamente la convocatoria de una rueda de prensa, controlar la recepción en los medios de los distintos fax, etc.). Esta persona incluso podría llegar a redactar notas de prensa, comunicados, avisos, convocatorias y demás en el momento que hiciera falta. Además, tanto el periodista como su -llamemosle- ayudante o secretario de redacción tendrían un conocimiento del funcionamiento del partido que les facilitaría en todo momento su trabajo. Por poner un ejemplo concreto: se trataría de alguien que realizara una labor como la de Santi en el Comité Nacional.

Para completar el personal del Gabinete sería conveniente la presencia de una tercera persona -auxiliar de administración o similar- que manejara el tratamiento de textos a través de ordenador y realizara otras tareas de oficina (envío de cartas y paquetes, control de correspondencia, archivo, etc.). Al mismo tiempo podría participar en las demás tareas del Gabinete dependiendo de su capacidad personal y profesional e incluso de un posterior aprendizaje.

Esas tres personas, formando un equipo compacto y coordinado, llevarían el peso del Gabinete tanto en las relaciones con los medios de comunicación como hacia el interior del partido. Por supuesto, por encima de ellas se encontraría un responsable político que adoptaría las últimas decisiones. En este punto, como hemos analizado anteriormente, es fundamental las tareas de coordinación con todos los sectores implicados en el trabajo del Gabinete para que la difusión sea la adecuada y siempre en consonancia con los criterios políticos que se adopten.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

B) MEDIOS.-

Para que el Gabinete de Prensa desarrolle su trabajo con todas las garantías de éxito es preciso dotarlo con los suficientes medios técnicos, que permitan una transmisión rápida de todas aquellas cuestiones que se quieran comunicar y difundir. Genéricamente se necesitan aquellos objetos propios de cualquier oficina, pero también otros específicos, que pasamos a detallar:

- Ordenador con suficiente capacidad, fundamentalmente destinado al tratamiento de textos.

- Máquina de escribir

- Al menos un casete para grabar los informativos radiofónicos

- Al menos un equipo de televisión y video, de fácil manejo y buena calidad, que permita un seguimiento exhaustivo de la información emitida por las distintas cadenas. Incluso puede servir para analizar las intervenciones de los propios dirigentes del partido y de los adversarios en entrevistas y debates.

- Fax automático, con memoria de texto y números, que agilice el envío de notas y comunicados. (Similar al que tiene el Comité Nacional).

- Al menos una línea telefónica directa al exterior

- Si en el futuro lo permitiera la situación económica del partido, sería interesante contratar un teletipo de la agencia de noticias EFE (nacional y regional), que facilitaría una permanente información sobre la actualidad sin necesidad a esperar a los informativos de radio o televisión ni a la Prensa del día siguiente. Su coste es alto, pero sería muy útil si el partido, como es de esperar, continúa su crecimiento y su influencia en la vida política y social andaluza y estatal.

- Suscripción a los principales diarios y revistas de ámbito regional y nacional para la elaboración de dossiers sobre distintas cuestiones, así como para la creación de un archivo periodístico, de gran utilidad en el trabajo parlamentario y de partido.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

C) FUNCIONAMIENTO. -

Evidentemente, la descripción del funcionamiento del Gabinete de Prensa queda apuntada en distintos apartados de este informe, por lo que no es preciso redundar de nuevo en ellas. Vamos a apuntar las funciones más significativas:

- Contacto permanente con los medios de comunicación y con los órganos pertinentes del partido para establecer entre ambos una comunicación fluida, que permita la presencia constante de este último en aquellos y, por ende, la difusión de los mensajes que interesa a la organización. Sin caer en lo que estrictamente se entiende por propaganda -siempre con efectos negativos-, la difusión de mensajes y comparecencias de dirigentes deben estar siempre destinadas a divulgar la labor del partido y la imagen de éstos. Es obvio que en este marco las televisiones son el vehículo más relevante, pero no podemos olvidar el prestigio que conceden una "buena Prensa" y la penetración de la radio en determinados sectores sociales.

En cualquier caso, una de las plasmaciones más características de lo que acabamos de decir son las NOTAS DE PRENSA, que cumplen una función esencial ante la falta de medios técnicos y humanos de nuestros medios de comunicación. La publicación íntegra de una nota de prensa permite, además, que el mensaje que se difunde sea "exactamente" el que queremos divulgar. Eso ha ocurrido en alguna ocasión durante la campaña.

- Elaboración y envío de comunicados, avisos, ect.

- Elaboración de dossiers de prensa e, incluso y si es posible, informes sobre las noticias de radio y televisión en aquellas cuestiones que interesen al partido y su estrategia. (Por ejemplo, caso Juan Guerra).

- Cuidar la presencia permanente de los dirigentes en los medios a través de entrevistas, reacciones a sucesos, etc. Para ello se facilitaría a los periodistas el contacto y la localización de los líderes en cualquier momento.

- Realización y envío a los medios de la región - fundamentalmente- de artículos y colaboraciones firmadas por los dirigentes.



**PARTIDO
ANDALUCISTA**

6.- GABINETES DE PRENSA TERRITORIALES

Evidentemente, sus objetivos y funcionamiento son idénticos a los esbozados para el Gabinete de Prensa -digamos- "central". El personal y los medios que necesita también son similares, aunque por supuesto más reducido, ya que el ámbito que se pretende abarcar también es mucho menor. Sin embargo, la importancia de los medios de comunicación comarcales y locales y su proliferación permanente a través de videos comunitarios, revistas y emisoras locales y pronto incluso televisiones, hace necesario, y hasta fundamental, la presencia en los distintos comités del partido de personas que se preocupen de organizar Gabinetes en cada uno de ellos. No me refiero aquí al tradicional secretario de información e imagen -que en determinados casos puede cumplir perfectamente esta labor, sobre todo en núcleos pequeños-, sino a personas que se preocupen, desde un cierto conocimiento de los medios y de la comunicación, de asegurar la presencia del partido en ellos.

Así, sería bueno dotar al menos a las sedes provinciales de los medios suficientes para desarrollar esta labor. Entre ellos es fundamental un fax con capacidad suficiente para cubrir los medios de su entorno y mantenerse en contacto con el Gabinete central.