

INFORME

POLÍTICO ECONÓMICO



MARZO 2019



DEDALO COMUNICACION

ÍNDICE

- 1) Escenario político. “Pesadilla en la cocina”... de todos los partidos. El pánico domina la política ante el 28-A**

- 2) Pedro J. Ramírez, obsesionado por recuperar influencia, recibe en su casa a Casado, Rivera, Valls y a la propia Susana Díaz**

Escenario político. “Pesadilla en la cocina”.... de todos los partidos. El pánico domina la política



Corren tiempos difíciles para los líderes de los cuatro grandes partidos políticos. **Pedro Sánchez** recibe críticas internas por haber **desactivado** totalmente la función del **partido**, aunque el **PSOE mejora en las encuestas**. En el PP, **Pablo Casado** improvisa en exceso y **actúa bajo la presión** de una fuga constante de votos hacia **VOX**. **Ciudadanos** y **Podemos** quisieron ser **bandera de la regeneración** y sustitutos del bipartidismo “caduco”, pero hay pocos indicios de que hayan logrado su objetivo. Las dos fuerzas de la llamada “**nueva política**” registran un **cuestionamiento de sus jefes** y tras las elecciones podrían acometer cambios. En general, **cada partido vive su propio pánico** de cara a las Elecciones Generales del próximo 28 de abril por distintas circunstancias que desgranaremos a continuación. El **miedo** será el **motor de esta campaña electoral**.



En el PSOE hay una gran preocupación por cómo se van a comportar en campaña los ministros que Pedro Sánchez está colocando en las listas electorales.


PSOE: pánico al protagonismo que pueden tener ministros inexpertos en la campaña electoral

La estrategia para la campaña electoral de todos los partidos tiene un eje común: **no cometer errores**. Históricamente, en los periodos preelectorales se activan los partidos con iniciativas, nuevas ideas, promesas, proyectos,

acciones... Actualmente, asistimos a la preparación de una campaña donde la consigna es minimizar errores. Aquel que cometa menos errores será finalmente el que logre el triunfo... No hay duda de que **el miedo marca la estrategia política**.

En el **PSOE** hay una gran preocupación por cómo se van a comportar los ministros que **Pedro Sánchez** está colocando en las listas electorales. La mayoría quieren ser candidatos y, algunos de ellos, **carecen claramente de experiencia política**. Qué dirán en los mítines o en sus intervenciones en los medios es **algo que trae de cabeza en Ferraz**. De todo el Gabinete de

Sánchez, la única persona que inspira verdadera confianza es la **ministra de Hacienda, María Jesús Montero**. Prueba de ello es que es la más solicitada por parte de todas las direcciones provinciales y regionales para que acuda a mítines y actos electorales. **“Tiene ya la agenda llena”**, dicen en el entorno de la ministra. “Se fían de ella por su perfil político y porque sabe transmitir ideología y gestión”. Sin



La ministra que inspira más confianza, María Jesús Montero, porque sabe transmitir ideología y gestión; en el lado de las dudas, Grande Marlaska, por su inexperiencia en política.

embargo, quieren jugar a ser políticos otros ministros que no han estado en política y eso provoca pánico en determinados sectores del partido.

Uno de los casos más emblemáticos es el de **Fernando Grande Marlaska**, que irá de **número uno por en la lista del PSOE por Cádiz**. El magistrado, actual **ministro de Justicia en funciones**, tiene ganas de estar en política y tener protagonismo. Ha mostrado su **deseo de pisar la calle** y hablar allí donde sea necesario. “Sus ganas le pueden y no sopesa su inexperiencia”, aseguran en el partido, donde se mira con lupa lo que puede sumar y lo que puede restar de cara a un resultado ajustado y un panorama político muy fragmentado. La consigna es fajarse para ganarse voto a voto...

Otra candidata cuyo posible protagonismo electoral genera urticaria, y que además no es militante del PSOE, es **Teresa Ribera, Ministra de Transición Ecológica**. Los rumores apuntan a que podría ir a las Generales en un puesto relevante de la **lista por Madrid**. Hay quien piensa que sus intervenciones no sumarán para conseguir votos “porque los ecologistas no votan al **PSOE...**”

En definitiva, en el partido **se echa en falta** más perfil político y menos imposición de candidatos por parte de **Sánchez**. Sobre esta cuestión se comenta que en **140 años de partido nunca se había visto tan desactivado el núcleo orgánico** de la formación. “**Zapatero** desaguó la Ejecutiva e inició la desactivación del rol del partido. Pero no es solo de ahí de donde viene la quiebra ideológica del PSOE: las decisiones se empezaron a tomar de forma personalista por parte del **secretario general**; no se comparte estrategia, ni visión; no se pregunta a nadie, ni siquiera a los secretarios regionales... En fin, la sensación de los dirigentes socialistas actuales es la de estar en un terreno frágil y sin una línea clara de actuación”, coinciden varios ex miembros de la **Ejecutiva Federal**.

El partido tampoco confía en las decisiones de **Iván Redondo**, el

jefe de Gabinete del presidente del Gobierno. Su fama de “mercenario de la información”, lejos de rebajarse, ha ido en aumento. A él le achacan, en parte, el **distanciamiento de Sánchez** del partido y su decisión de no escuchar a nadie. “Sánchez ejerce con un personalismo que no es bien recibido en el PSOE. Si sigue así tendrá enfrente a los barones no solo puntualmente, algo que puede ser hasta sano políticamente.

Lo cierto es que los **hiperliderazgos** son una característica de la nueva política, pero en un partido histórico, como es el PSOE, “la infalibilidad del



Los hiperliderazgos son una característica de la nueva política, pero en un partido histórico, como es el PSOE, “la infalibilidad del secretario general se asimila con dificultad”.

secretario general se asimila con dificultad”, dicen en Ferraz. En contra de lo que se pueda pensar, es un modelo nuevo que ni siquiera se dio con figuras como **Felipe González** y **Alfonso Guerra**. “El partido pintaba muchísimo más antes de Zapatero”, sentencia un asesor del **PSOE**.

Sánchez se siente reforzado por las encuestas internas de intención de voto. El partido maneja unos sondeos que, en consonancia con los publicados en diversos medios, **sitúan sus expectativas por encima de los 115 escaños**. El **porcentaje de voto que los socialistas se han fijado como objetivo es el del 30%**. Su perspectiva es que la suma con **Podemos y nacionalistas** podría alcanzar la mayoría de la Cámara. Al menos, éstos son sus cálculos.

PP: miedo por el rumbo que ha tomado Pablo Casado

Dirigentes del **PP** expresan sus temores por lo que denominan “ocurrencias de Casado”. Observan errores graves en su discurso y lo que es peor, movimientos

nerviosos y poco consultados por el temor a la fuga de votos del PP hacia **VOX**. “Sus ocurrencias se gestan al calor de los acontecimientos y toma decisiones que no se han reflexionado o comentado en ningún órgano de dirección”, comentan en la sede de **Génova**. Esto, y el hecho de que el partido se haya convertido en un **caladero de candidatos electorales para Ciudadanos** está

Las ocurrencias de Casado se gestan al calor de los acontecimientos y toma decisiones sin contar con la dirección, se quejan en Génova.

desmoralizando internamente. “Pablo Casado juega a ser Aznar y no lo es. Es mucho más ignorante y proyecta cierto complejo de inferioridad con respecto a su modelo”, dicen internamente en el grupo parlamentario.

Lo cierto es que las encuestas reflejan que al **PP** se le van votantes por todos los flancos extremos (el más centrista y el más conservador). En el mejor de los supuestos barajan obtener entre **90 y 91 diputados**, una sensible caída respecto a los 137 actuales.

En pleno periodo de elaboración de listas se están dando casos que muestran la desazón interna. En determinadas regiones ir de número tres en la lista del PP es un riesgo y los candidatos se lo piensan mucho antes de aceptar, ya que pueden no salir elegidos.

En el entorno de **Casado** confían, sin embargo, en que el modelo andaluz de suma de las tres fuerzas conservadoras va a volver a funcionar a nivel nacional. **Pablo Casado** tranquiliza a los militantes con ese mensaje. Las encuestas internas dan una ligera mayoría al bloque polarizado más a la derecha frente a la suma de las fuerzas de izquierda.

En este río revuelto hay dos personas que lanzan “mensajes con preaviso”. El **presidente de la**

Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo, y la **exvicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría**, están esperando el momento idóneo para entrar en escena.

Es recurrente comentar que el político gallego se lo ha pensado muchas veces, pero este no es de nuevo el momento de dar el paso. **El dilema** más serio lo tuvo cuando hubo que **sustituir a Mariano Rajoy tras su dimisión, hace ocho meses**. Acaba de celebrar diez años de su primera victoria electoral destacando que dirige un partido en Galicia que representa a una comunidad “cordial, tolerante y sin extremismos”.



Los que sienten afecto por Feijóo lo llaman “el prudente”; los que no le quieren tanto le tildan de “cobarde”.

Dicen que **Feijóo** no quiso dar el paso con **Rajoy**, pero que si **Casado** fracasa se repensaría coger las riendas del partido a nivel nacional. Feijóo siempre ha sido “el candidato preferido” de la mayoría de los dirigentes populares y, desde luego, de la militancia. Los que sienten afecto por Feijóo lo llaman “el prudente”, los que no le quieren tanto le tildan de “cobarde”.

Sea lo que sea, siempre va a sopesar al límite sus opciones de éxito. Pesa,

además, sobre él, y pesó hace ocho meses, cómo dejará su sucesión en Galicia. **Feijóo** mira muy de cerca los pasos de **Casado y va lanzando globos sonda** a ver qué información le traen.

En el caso de **Soraya Sáenz de Santamaría** hay otras motivaciones, quizá con tintes de mayor desazón. A la exvicepresidenta no le gusta nada la gestión que Casado está haciendo

en el PP y lo anda comentando abiertamente. Sin escaño ni cargos en el partido, **sondea** qué peso tiene aún y **qué opciones** tiene de cara a una eventual **lucha por el poder en el partido**.

Podemos: pánico al “efecto vuelta” de Iglesias

Hoy por hoy, las expectativas más optimistas de Unidos Podemos son lograr el apoyo del 15% del electorado. El porcentaje está lejos del **20,66% (5.189.333 votos)** de diciembre de 2015 y el **21,1% (5.049.734)** de junio de 2016. Hay nostalgia en la formación por aquellos tiempos y los que les precedieron. Las crónicas políticas sostenían que el **Congreso de los Diputados** iba a gozar de una gran riqueza parlamentaria, con fuerzas emergentes importantes que despertarían al “elefante dormido” en el que se

“
Por su parte, la exvicepresidenta Soraya Sáenz de Santamaría, sondea en el partido qué peso tiene todavía y sus opciones de cara a una eventual lucha por el poder.”

habían convertido las Cortes españolas, dominadas por el bipartidismo imperante.

La historia de Unidos Podemos es intensa, porque emergió como un rayo del impulso del 15-M, en el año 2011. Sin remontarnos muy atrás, en 2016 fue la fuerza más votada en las tres provincias del **País Vasco, Tarragona y Barcelona**.

Mucho ha llovido desde entonces. Los resultados de las elecciones en Andalucía son el reflejo más claro de que 'los morados' están perdiendo fuelle. El PSOE se dio un buen batacazo al perder 14 escaños. De ellos, Adelante Andalucía, marca de Podemos en la región, tan solo fue capaz de atraer dos actas nuevas. Las encuestas no animan.

La última del CIS le sitúa con un 14% de votos y como cuarta fuerza política por detrás de **Ciudadanos**. ¿Qué está pasando en Podemos y cuál es la estrategia para recomponer la situación?

Para empezar, las expectativas se han rebajado internamente. "Aspirar a perder un 5% de votos con respecto a las anteriores Elecciones Generales es ponernos en la realidad. Y eso es lo primero que tenemos que reconocer, que perdemos votos", dice un asesor parlamentario de la formación morada. Parece que, poco a poco, se está haciendo un reconocimiento de la crisis que ha generado la falta de entendimiento y diálogo con las confluencias y los anticapitalistas.

Aseguran internamente "que es difícil contentar a todos y estar en las instituciones", pero critican que "**Pablo Iglesias** llegara al **Congreso de los Diputados** y empezara a aislarse de la sociedad y de los movimientos que le impulsaron".



Los resultados de las elecciones andaluzas son el reflejo más claro de que 'los morados' están perdiendo fuelle.

Iglesias ha sido muy criticado por ejercer, aquí también, el poder de forma muy personalista. Como posible salida al proceso de desmoronamiento que está sufriendo Unidos Podemos ya se plantea internamente que Iglesias le **dé el relevo** a **Irene Montero**, su pareja y mano derecha en el partido.

“Ella controla el partido en estos momentos y sobre todo el grupo parlamentario. Iglesias siente que está amortizado, muy quemado y podría estar preparando su **retirada** para hacerla efectiva **en Vista Alegre III**”, el próximo congreso de los ‘podemitas’.



Iglesias siente que está amortizado, muy quemado, y podría estar preparando su retirada para hacerla efectiva en ‘Vista Alegre III’.

Los que buscan soluciones a la crisis de la formación de izquierdas vislumbran el cónclave para julio, “si los resultados electorales son muy malos”, o para septiembre, “si se cumplen las previsiones razonables”. En ese congreso no solo habría cambio de cara y de equipo. Se buscaría incluso nuevo nombre.

“Tenemos que dar un giro radical a nuestra marca, no un lavado de cara, y crear una nueva. Actuar internamente con democracia real. Gran parte del fracaso se lo lleva **Pablo Echenique** que, orgánicamente, “ha arrasado el partido”, aseguran dentro de Podemos.

Que **Podemos** quiere echar el resto en la campaña electoral de las Generales de abril lo demuestra una inversión sorprendente. La formación ha contratado a expertos brasileños que trabajaron en la difusión mediática de los mensajes electorales del ultraderechista **Jair Bolsonaro**. La clave está en las redes y es algo que no nos sorprende. La teoría de que el marketing electoral en las redes sociales permite generar cercanía y confianza en los usuarios mediante una comunicación personalizada ya es conocida por todos.

El éxito de **Bolsonaro** se atribuye a la construcción de una comunicación “directa” entre usuario y candidato a través de las plataformas digitales: whatsapp, facebook, youtube, twitter, telegram... Un miembro de **Podemos** explica cómo la información segmentada por tipos de usuarios es fundamental en estos tiempos: “No es lo mismo un joven, que un jubilado o una madre soltera. Con la tecnología es posible intentar seducir a cada uno de ellos de forma personalizada. Una campaña masiva en redes, estratégicamente dirigida es un filón electoral”.

Una voz crítica de **Podemos** advierte que esta estrategia es perfecta si se orienta de manera inteligente y no se opta por lo que llama “**mensajes Trumpianos**”. Se trataría de enseñas electorales a la contra de algo o alguien, con un fondo permanente de confrontación, sobre todo hacia los medios de comunicación no afines a Podemos.

Detrás de esta estrategia estaría **Juanma del Olmo**, diputado por Valladolid y desde 2017 **secretario general de Comunicación y Tecnologías de la Información** en la fuerza ‘podemita’. El cargo lo dice todo. “Juanma”, como le conocen todos en Podemos, es partidario de desarrollar un mensaje muy crítico con los medios de comunicación que están en contra de la izquierda que representa **Podemos**. Los que critican a Juanma del Olmo dicen que “esta estrategia es absurda si se tiene en cuenta que el único medio que controla Podemos es **Público**”. Un medio digital con muy poca audiencia. El éxito o fracaso de esta línea de actuación en campaña lo veremos en poco menos de dos meses.



Podemos ha contratado a expertos que participaron en la campaña en redes del presidente de Brasil, Jair Bolsonaro.


Ciudadanos: alentando el transfuguismo de la ‘vieja política’

Hay una broma, respecto a **Ciudadanos**, que circula en las conversaciones políticas de pasillo: “Si andas cerca de un ‘dirigente naranja’ no te pares porque te va a ofrecer un puesto en sus listas”. Es una exageración que ilustra los movimientos que está haciendo **Ciudadanos** para captar gente con vistas a las elecciones. Las encuestas que ha encargado el partido le otorgan una frenada en los resultados y cierta tendencia de caída en las intenciones de voto.

Si analizamos el CIS, **hace un año los socialistas sufrían fugas**

importantes por el centro y, en concreto, en abril de 2018, un 8% de los votantes del PSOE decían que iban a votar a Ciudadanos. Por aquel entonces, nadie hacía el recorrido al revés...

Los datos de febrero dicen que **el 6% de las personas que votaron por Ciudadanos en 2016 ahora votarían por el PSOE**, mientras que solo un 4% de los socialistas apoyarían, en este momento, a Albert Rivera.



Las encuestas que ha encargado Ciudadanos apuntan a una frenada en los resultados y cierta tendencia de caída en la intención de voto.

El flujo sigue siendo, no obstante, positivo para **Ciudadanos**, pero por mucho menos margen. Esto preocupa a **Rivera**. Sabe además que, a dos meses de las elecciones, la fuerza política más perjudicada en la última encuesta del CIS es **Ciudadanos**, que **descendería del 17,7% hasta el 15,3%**. La desconfianza se ha instalado en muchos dirigentes de la formación, **especialmente en el grupo parlamentario**. Ven errores de estrategia por la dificultad de dar explicaciones públicas. Por ejemplo, se pregunta este sector cómo es posible que un partido de la llamada “nueva política” fomente el transfuguismo, atrayendo a políticos que se han marchado de formaciones como el PSOE o el PP.

Hay temor también a que Rivera tense demasiado la cuerda y, con ello, perder la centralidad. **“Sus esfuerzos por desmarcarse de VOX no están dando resultados y se está produciendo una fuga de votantes hacia el PSOE”**, interpretan algunos analistas.

La estrategia de “traerse” a **Inés Arrimadas** a la política nacional estaba en la cabeza de **Albert Rivera** y sus asesores desde hace varios meses. La confianza que algunos empresarios y banqueros pusieron en el líder de ‘los naranjas’, desde el congreso fundacional de Ciudadanos en 2006, ha fluctuado en muchas ocasiones. “Albert Rivera registra altibajos en términos de liderazgo.

Es como si no colmara las expectativas de quienes le respaldan política y económicamente”,

comentaba recientemente un portavoz de la CEOE.

Rivera necesitaba **reforzar el cartel electoral** para las elecciones generales. En un primer análisis, Ciudadanos rentabiliza a una líder que ha conseguido **el mejor resultado electoral** de la formación, con la victoria lograda en las **elecciones catalanas**. Pero al mismo tiempo, “saca a **Inés**

Arrimadas de la política catalana”, es decir, la aleja de la responsabilidad de tener que presentarse de nuevo como cartel electoral en las próximas elecciones a la Generalitat. “Este aspecto es muy interesante, y poco valorado”, dicen algunos analistas, que inciden en que Arrimadas “logró aglutinar el voto anti independentista y obtuvo un apoyo espectacular en un escenario especialmente convulso.

Sin embargo, **no buscó acuerdos con el constitucionalismo**. Tenía todo a su favor para que su partido ampliase el resultado histórico que obtuvo el **21D en Catalunya**, pero desaprovechó la ocasión”. En este sentido, los socialistas




La confianza que algunos empresarios y banqueros pusieron en el líder de ‘los naranjas’, ha fluctuado en muchas ocasiones.

se quejan de que “la primera decisión de Arrimadas fue intentar arrinconar al PSC, aunque también marginó al PP. “Ciudadanos recibió el voto útil del constitucionalismo y ahora hay mucha decepción. Arrimadas ha fracasado en Cataluña”, sentencia una periodista que sigue de cerca a la formación. En Ciudadanos piensan que Arrimadas va a ser más “rentable” en las generales.

Además, **¿quién protagonizó la campaña de los naranjas en las Elecciones Andaluzas?**

Los resultados en Andalucía, que han llevado a **Ciudadanos** a tener poder en la Junta con cinco consejeros, han culminado uno de los planteamientos estratégicos de la formación: “Tocar poder como sea y dejar de apoyar a otros sin tener cargos”. **Pero ahora su objetivo es superar al PP.**



La apuesta de Ciudadanos es convertirse en el referente de la derecha, pero buscando marcar mayores diferencias con VOX.

Por esta razón, aunque la apuesta de Ciudadanos es convertirse en el referente de la derecha, en las próximas semanas veremos una estrategia de **mayor diferenciación respecto a Vox.**

Pedro J. Ramírez, obsesionado por recuperar influencia, recibe en su casa a Casado, Rivera, Valls y a la propia Susana Díaz



A quien el cielo se le abrió con el triunfo de la **moción de censura a Mariano Rajoy**, en mayo del año pasado, fue al exdirector de “El Mundo”, **Pedro J. Ramírez**. La llegada de Pedro Sánchez al Gobierno tras el triunfo de la censura a Rajoy y el cambio en la presidencia del PP le han permitido no sólo recobrar cierta presencia pública sino también preparar el terreno para intentar recuperar la influencia perdida en el espectro político de la derecha.

Han sido, paradójicamente, los socialistas los que han vuelto a dar a Pedro J. cierto vuelo público. Su incorporación como comentarista político a los “**Desayunos de la 1**” de la televisión pública y la invitación que el propio presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, le cursó al acto que celebró el pasado septiembre en la **Casa de América** han permitido al periodista, ahora metido a editor, a sacar la cabeza del agua tras años “ninguneado” por el Gobierno de Rajoy.

La historia es tozuda y vuelve a repetirse. Lejos de aprender de la experiencia de sus antecesores en el cargo y del propio **José Luis Rodríguez Zapatero**, **Pedro Sánchez** ha optado por dar carrete a Pedro J. y éste, claro, lo está aprovechando y no precisamente para facilitarle las cosas...




La marcha de Rajoy, la irrupción de Vox, la pérdida del poder de los socialistas en Andalucía y la fragmentación política son una oportunidad para el director de “El Español”.

El escenario político abierto tras la marcha de **Rajoy**, la irrupción de Vox, la pérdida de la Junta de Andalucía por parte de los socialistas y la agudización de la fragmentación política y parlamentaria constituye toda una oportunidad para el ex director de "El Mundo", históricamente ducho en pescar en aguas revueltas.

Otra clave interesante que cabe analizar en este movimiento es la mediática. En

poco menos de un año, el exdirector de "El Mundo" ha encontrado relativamente despejado el panorama en el espectro mediático con la **salida de Juan Luis Cebrián** del **Grupo Prisa** y el **obligado 'perfil bajo'** que ha tenido que adoptar **Mauricio Casals** de unos meses a esta parte. Por si fuera poco, en los próximos meses, otra de las figuras mediáticas relevantes, el director de



Pedro J, además, se ha encontrado despejado el panorama mediático con la salida de Juan Luis Cebrián de Prisa y el obligado 'perfil bajo' de Mauricio Casals.

"La Razón", Francisco Marhuenda, podría dar un paso al lado para buscar nuevos destinos profesionales, según se comenta en los mentideros periodísticos...

Todo apunta a que el panorama poselectoral, tras la celebración de los comicios del próximo 28 de abril, hará complicada la formación de un gobierno a corto plazo. La presumible fragmentación parlamentaria obligará a negociar intensamente a varias bandas, en el mejor de los casos y si los resultados electorales no abocan directamente a la repetición de elecciones.

No es extraño, pues, que a la vista de este panorama, **Pedro J.** haya dejado algo aparcados sus videocomentarios y sus labores de editor para convertirse en maestro de ceremonias de cenas y almuerzos en su propia casa y en los que agasaja a diferentes protagonistas de la vida política española, más de la diestra que de la siniestra...

En uno de los encuentros más relevantes celebrado con ocasión de la última visita a España del filósofo francés **Bernard-Henry Lévi**, el director de “elespañol.com” organizó un ágape en su casa al que invitó, entre otros, al líder del PP, **Pablo Casado**; al de Ciudadanos, **Albert Rivera**; a **Manuel Valls** y a la diputada de Ciudadanos, **Marta Rivera**.

El encuentro se produjo tras la elección de **Juan Manuel Moreno** como presidente de la **Junta de Andalucía** y la formación del gobierno de coalición de PP y Ciudadanos en dicha comunidad autónoma.

Precisamente, **Pedro J.**, además, se ha visto en otro discreto ágape con la líder del PSOE andaluz y expresidenta de la Junta de Andalucía, **Susana Díaz**.

