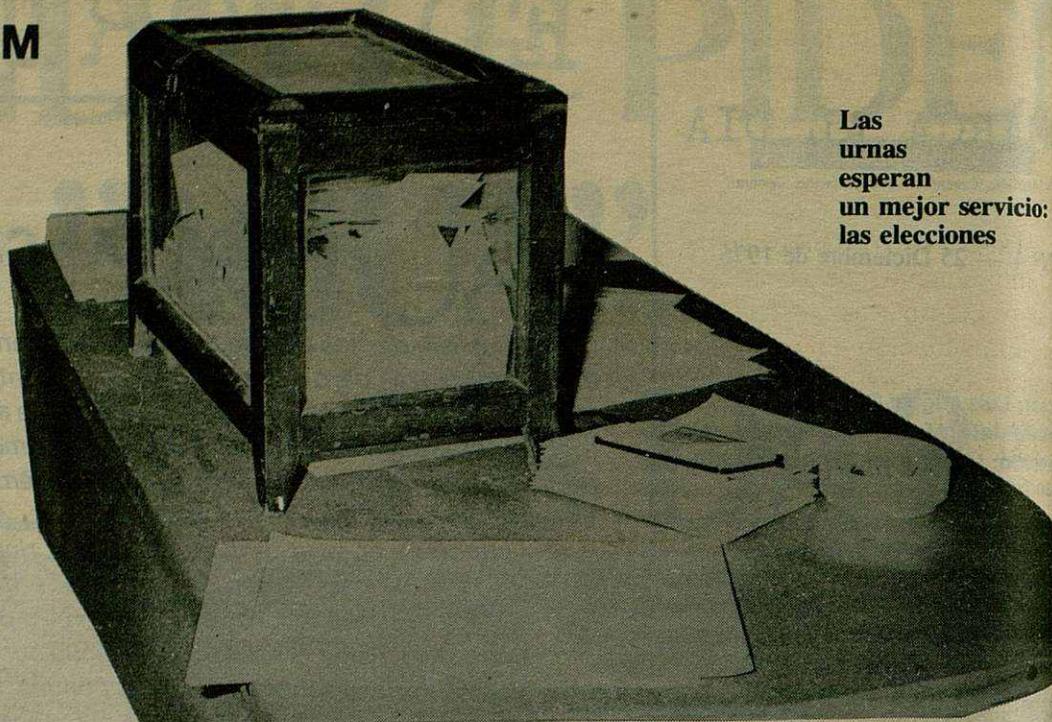


## EL REFERENDUM DIJO SI



Las urnas esperan un mejor servicio: las elecciones

# QUE VENGA, QUE VENGA, LA DEMOCRACIA

Pasó el 15-D, pasó el referéndum, y ahora que nos encontramos en pleno «impasse» navideño parece lugar oportuno para hacer balance de lo que han sido estos días y de ver lo que nos espera.

El referéndum convocado por el Gobierno Suarez tenía como objetivo lograr el plebiscito popular para su proyecto de reforma política que había conseguido salvar con limpieza el escollo de las Cortes.

### UN GOL HECHO

Ya desde las mismas Cortes el proyecto contó con el NO rotundo del bunker, bunker que lo consideraba como una traición al pasado franquista. «Franco hubiera votado NO» fue su eslogan.

Para las Asociaciones políticas que han pasado por ventanilla como para los grupos de derecha — en Catalunya: La Lliga, Club Catalonia... — el SI ha sido su postura desde un buen principio. La socialdemocracia y el «centre esquerra» catalán han considerado

que lo verdaderamente importante eran las elecciones y que el referéndum — en palabras de Jordi Pujol — «es un gol que ja ens han fet» por lo que han propugnado la INHIBICION dejando en libertad a sus militantes a la hora del voto.

Por último, socialistas y comunistas, han defendido la abstención por considerar que el referéndum se realizaba sin libertades. Y han protagonizado una activa campaña de propaganda abstencionista. Algunos grupos situados a la izquierda del Partido Comunista hicieron llamamientos a la huelga general para el día 15.

### MUCHOS MEDIOS Y UNA MARGINACION

Mil quinientos millones de pesetas, de ellos cuatrocientos para Catalunya, ha sido el coste de la campaña para el referéndum. Campaña que en la calle y en los periódicos ha sido contestada por la oposición abstencionista, y que ha contado con la televisión como columna vertebral. Ha sido una campa-

ña muy diversificada intentando llegar a todos los sectores del tejido social español; se ha hecho propaganda para sordomudos, ha habido una campaña en catalán, se ha visto de manera podían votar las personas que estaban viajando, spots dedicados a la mujer, el voto de los emigrados, etc. A su vez ha habido marginaciones importantes como la de los jóvenes cuyo voto es a partir de los 21 años — sin lugar a dudas, hubieran significado un aumento de las abstenciones. La campaña ha estado montada en etapas. En una primera se trató de motivar a la gente para que votara — «Tu voz es tu voto», «En esta democracia no sobra ningún voto» — en una segunda, y coincidiendo en un punto álgido con la aparición televisiva del presidente Suarez, se trató de pedir el SI — «Ara, Si», «Yo, Si», «Sí» —.

### INESTABILIDAD

La campaña abstencionista, la campaña de prensa de Santiago Carrillo