

Acción empresarial en Andalucía: toda la verdad

La más larga e incidentada campaña electoral que recuerda la historia política reciente ha concluido en resultados aparatitos: hundimiento de un partido autonómico —P.S.A.—; corrimiento de sus votos al P.S.O.E.; transferencia del voto útil comunista al P.S.O.E., como consecuencia de la grave crisis interna de los comunistas, y, por fin, una significativa alza de Alianza Popular que ha recogido los frutos del confusionismo centrista y de la falta de colaboración de significados dirigentes de este partido.

En conclusión, los resultados revelan el hundimiento de las opciones extremistas —P.C.E. y F.N.— la desmembración del partido del Gobierno, aparente consecuencia de su voluntad de contentar a más opciones de las que desean sus electores; el triunfo incontestable del P.S.O., que ha exhibido su aspecto más moderado y, por fin, el auge de Alianza Popular.

Y otro dato interesante: se ha votado en domingo, sin que se resintiera —sino más bien todo lo contrario— la afluencia a las urnas. Es un buen precedente para ponernos a la hora europea.

TODA LA VERDAD SOBRE LA CAMPAÑA ELECTORAL EN ANDALUCÍA

El resultado global informativo, sobre todo en cuanto se refiere a la actuación de los empresarios en la campaña electoral andaluza, ha sido calamitoso: la diversidad de noticias ha creado un estado de opinión irreal y un confusionismo evidente entre los empresarios de otras regiones de España.

Ese es el motivo que nos impulsa a analizar, sucintamente, la actuación de los empresarios andaluces, de la C.E.A., dentro del contexto indispensable de la máxima objetividad, y concreción, como vía obligatoria de información a todos los empresarios catalanes, a los que Fomento del Trabajo Nacional, desea hacer llegar la realidad de los hechos, los fines y previsiones de los empresarios, el contenido de la campaña empresarial, la actuación de las diferentes opciones electorales y la relación exacta y concreta de los últimos acontecimientos, en relación con la suspensión de la campaña empresarial y la posterior resolución revocadora.

Defender la Constitución

Amparándose de la Ley de 26 de Diciembre de 1.978, sobre Protección Jurisdiccional de los derechos fundamentales de la persona, la C.E.A., presenta recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Territorial contra la resolución de la Junta Electoral de Sevilla, y posteriormente, ante la Audiencia Nacional, contra la resolución de la Junta Electoral Central.

Esto dice la Sentencia de la Audiencia de Sevilla en uno de sus considerandos:

“... a una persona jurídica se le ha impedido usar de uno de sus derechos constitucionalmente reconocido, como es la libertad de expresión, artículo 20 de la Constitución, y tal ataque proviene de un Órgano de la Administración ...”.

Y posteriormente:

“Se suspende la ejecutividad del acto de la Junta Electoral Provincial de Sevilla que prohíbe a la C.E.A. realizar actos de publicidad durante la campaña electoral al Parlamento Andaluz”.

Huelgan comentarios. Se halla “sub judice”, el recurso ante la Audiencia Nacional y el de amparo ante el Tribunal Constitucional. La campaña informativa, de la C.E.A., siguió normalmente. Los empresarios han recuperado su voz; la libertad de expresión. Ahora sí, que la democracia gana y el autoritarismo pierde. Confiamos en ella y en nuestro país; en las leyes y en quienes las aplican. Los empresarios, en este histórico momento, nos hemos limitado a actuar en defensa de la Constitución.

¿A quién



hay que creer?

Argumentaciones para una campaña empresarial

En múltiples ocasiones, la CEOE y Fomento del Trabajo, así como otras muchas organizaciones empresariales de otras regiones, hanclarificado con precisión y exactitud las motivaciones y fines que los empresarios persiguen con lo que venimos en llamar **campaña institucional**. La campaña la motiva, por una parte, la necesidad de informar, ampliamente a todos los empresarios de sus derechos y obligaciones, y por otra, la obligación de alertarles de los peligros que entraña la publicidad de ciertas opciones políticas, en vísperas electorales.

La información debe ser amplia, veraz, inteligible, genérica y coherente.

El análisis de la publicidad electoral de los partidos políticos debe hacerse con objetividad, conocimiento y análisis deductivo.

Tales características ha llevado a la conclusión evidente, de que la campaña electoral que realizan algunos partidos, difiere sensiblemente de los principios ideológicos que los orienta y de los fines básicos y programa de gobierno previamente difundidos. En pocas palabras, durante la campaña electoral, hay **opciones políticas que deforman sus programas con evidente confusiónismo para los electores**. Y los empresarios, por supuesto son electores. Nuestra obligación estaba en clarificar posiciones para evitar el clásico "dar gato por liebre"; para que ninguno de nuestros representados vote confundido y se sienta luego engañado. Defendemos el voto libre individual de cada uno de



De Jacques FAIZANT, en "Le Figaro".

nosotros. Pero basado en la realidad de los hechos, no en actitudes coyunturales, interesadas en desviar el voto. Esas son nuestras premisas: informar y clarificar posiciones. Y en ese camino la Patronal andaluza ha dado ejemplo de ponderación, entrega, lealtad y verismo.

Participación empresarial y modelo de sociedad

Reiteramos, nuevamente, que CEOE, Fomento del Trabajo Nacional, las Organizaciones empresariales, en general, sólo tienen un partido: la empresa. Y en base a tal aseveración, prioritaria y fundamental, se constituye y se planifica toda nuestra actuación. La empresa, fuente de riqueza y generadora de puestos de trabajo, ha sido y debe continuar siendo motor fundamental de la evolución. Nuestro fin más

inmediato es defender nuestras empresas. Nuestros objetivos básicos, eludir los peligros que amenazan. Para ello, somos conscientes de que es preciso participar en la vida política del país. No tanto como protagonistas natos de la política, en el estricto sentido de la palabra, sino como guardianes de la sociedad. De un modelo de sociedad que, no nos cansaremos de repetir, se asienta en la propia Constitución. Defendemos

el modelo de sociedad definido en el artículo 30 de la Constitución: reconocimiento de la libertad de empresa en el marco de la economía de mercado. Y los derechos individuales de la persona recogidos en el propio texto constitucional: igualdad; libertad ideológica; libertad de expresión, reunión y asociación; derecho a la vida; protección, tutela y acceso a la cultura; derecho a la propiedad privada.

Libre expresión

Y, precisamente, porque no todas las opciones políticas, defienden el mismo modelo de sociedad, como empresarios y como ciudadanos, queremos participar en el noble y legítimo derecho de defender nuestros postulados, nuestras ideas, nuestro libre deseo de expresarnos contra quienes no comparten nuestros criterios y defienden una sociedad diferenciada, basada en otros principios ideológicos, que respetamos pero no compartimos.

Defensa de la empresa

Hemos dicho, en otras ocasiones, que los empresarios no somos partidistas. Pues bien, en esa línea, la participación empresarial debe ir dirigida a informar, orientar y clarificar aspectos importantes de los programas de los partidos políticos.

NO apoyamos a opciones políticas determinadas. Defendemos la empresa y un modelo de sociedad. Este es nuestro programa. Quienes mayoritariamente se identifiquen con él, contarán, en las urnas, con nuestro apoyo. En esto, tan simple, se basa nuestra participación y nuestras actuaciones.

La campaña andaluza

En Andalucía, todos los partidos políticos han podido constatar que se jugaban algo más que unas elecciones autonómicas. La campaña electoral andaluza, por ello, se ha caracterizado por el nerviosismo de casi todos, por el menor precio del contrario, por la agresividad publicitaria.

Se ha vivido en un ambiente sicológicamente tenso. Han corrido "regueros de tinta" en relación con las consecuencias que podrían acaecer los resultados, según las diversas posibilidades, de las elecciones andaluzas. Todo ha influido para el "fair play" que debía imperar en los prolegómenos de unos comicios electorales, se tradujera en ataques directos a los contendientes, en "slogans" de dudosa caballería; en afirmaciones reticentes; en acusaciones que unas veces fueron veladas y otras, diáfana mente claras. Parece como si fuera más necesario atacar al contrario que defender el propio espacio.

Y en este enrarecido ambiente, algunos interesados en la contienda han tildado la campaña empresarial de agresiva.

Podemos asegurar, al respecto, que la patronal andaluza ha actuado con gran moderación, en defensa de los fines últimos. Ni siquiera se ha correspondido a las auténticas agresiones verbales de algunas opciones políticas. ¿Agresividad empresarial? ¡Por favor! ¡Un poco de seriedad! ¿Es que quienes así nos acusan, no recuerdan ya sus malintencionadas e injuriosas manifestaciones? Se nos ha llamado "terro-

ristas de cuello blanco"; "potencia dores del fallido golpe de Estado"; "responsables del caos económico y del actual desempleo"; "defraudadores" y sin ir más lejos, aún están recientes las manifestaciones de los socialistas catalanes, ampliamente difundidas, en vísperas navideñas, entre la población barcelonesa, con epítetos resonantes como: "los patronos se llevan a Suiza lo que han podido robar"; "no quieren la democracia si no pueden rapiñar"; "nos hunden en la miseria"; "queremos un mundo sin patronos".

¿Y a esto no se le llama agresividad? ¿Y que pensar de lo que se ha dicho, por los socialistas y comunistas, de representantes de otros partidos políticos? La verborrea incansable del señor Guerra, salpicada de frases malintencionadas, injuriosas, huérfanas de la más mínima educación, han sido el "leit motiv" de la campaña electoral socialista. Pero, claro, esto no es agresividad. Para agresividad, la de los empresarios de la C.E.A., porque no "tragan" las delicias del paraíso socialista que les ofrecen; porque se han limitado a esclarecer conceptos y definiciones; porque han querido clarificar las incoherencias; porque han intentado desenmascarar a quienes, con la bandera de la moderación, intentaron atraer los votos indecisos. Esta es la agresividad empresarial que tanto se han molestado en airear los que se titulan "defensores de la democracia", que quieren edificar un paraíso socialista sobre un cementerio económico.

La manzana de la discordia

Y como traca final a estos fuegos de artificio, se busca una excusa, un pretexto que justifique una airada protesta marxista y un confusionismo en la opinión pública. Y esto se encuentra en lo que se ha venido en llamar "la manzana de la discordia", que provocó las denuncias de socialistas ante la Junta Electoral de Sevilla y la Junta Electoral Central. ¿Motivos?: La propaganda electoral de la C.E.A. expresada en un cartel publicitario en el que al lado de un dibujo irónico —pero no ofensivo—, se decía "se fingen moderados".

¿Cómo pueden sentirse ofendidos, socialistas y comunistas por tal publicidad? ¿Es qué no es bien cierto que su entendimiento mutuo en Ayuntamientos, Diputaciones y ahora en comunidades autónomas, como Asturias, es de sobras conocido y comprobado? ¿Por qué entonces, poner el grito en el cielo por un dibujo que sólo pretende divulgar entre los electores la facilidad de consenso de socialistas y comunistas?

Las razones son otras distintas. La campaña empresarial les hacía mucho daño. Se clarificaban conceptos. Se desenmascaraban falsas promesas; se desmitificaba una farisaica moderación. Por eso se quiso cerrar la boca a los empresarios. Por descubrir la verdad. ¿Es qué no es verdad que en tanto el Secretario General del PSOE alardea de una moderación extrema en sus promesas electorales, el propio Vicesecretario del partido desmiente, en base al propio programa económico de los socialistas? ¿Nacionalizaciones, si o no? ¿A quién hay que creer? Eso propugnaba la C.E.A. en su campaña informativa, con el recelo propio de quien se siente confuso por tanta incongruencia. ●



Un atentado a la libertad de expresión

La sorpresa, surgió, no obstante, porque nadie, ni los propios denunciantes, se esperaban una resolución tan drástica y terminante. La Junta Electoral de Sevilla y, más tarde, la Junta Electoral Central, acuerdan prohibir a la Confederación de Empresarios Andaluces (C.E.A.), realizar campaña en las elecciones al Parlamento Andaluz. La parte dispositiva de la resolución de la Junta Electoral Central, la transcribimos

íntegra. Es un auténtico hito en la historia de nuestra nueva e incipiente democracia:

"Requerir a la Confederación de Empresarios Andaluces, en las personas que la representan, para que se abstenga de ningún acto o operación de carácter propagandístico en los que se pida el voto para opción política alguna o en contra de partido político cualquiera y singularmente, en contra del Partido Socialista Obrero Español de Andalucía".

Los "defensores de la democracia" conseguían, así, poner broche de oro a sus estrategias. A los empresarios se les negaba uno de sus derechos constitucionales más funda-

mentales: el de la libertad de expresión. Felipe González decía el mismo día: "No es un triunfo del PSOE, es un triunfo de la democracia". Definitivo. Es decir, la democracia se enriquece acallando la voz empresarial. Atentando contra la libertad de expresión de un grupo de electores. Otro detalle del concepto que los socialistas tienen de nuestra sociedad y de su democracia.

Los actos, no obstante, se han venido celebrando, tal como estaban programados. Porque en los

actos de la C.E.A., ni se "pedía el voto para opción política alguna", "ni en contra de partido político alguno", "ni singularmente en contra del PSOE". Nada ha cambiado, pues, en la dinámica diaria de la campaña informativa de la C.E.A. salvo un grave precedente que, únicamente, ha calificado, por todos los informadores especializados y partidos políticos, a excepción de los marxistas y F.N., como de auténtico atentado a la libertad de expresión. Faltaba, pues, borrar de la historia, esa nota discordante, que llena de vergüenza a los que, de verdad, se sienten democráticos. ●