



Difundir y dar a conocer al gran público el rico Patrimonio Documental custodiado en el Archivo General de Andalucía es el objetivo marcado con el ciclo "El Documento del mes". Por ello, seleccionamos mensualmente de entre nuestros fondos una pieza destacada por su relevancia histórica y cultural, para sacarla a la luz y difundirla de manera comentada, intentando hacerla accesible a todos los ciudadanos.

Más información en: [www.juntadeandalucia.es/cultura/archivos](http://www.juntadeandalucia.es/cultura/archivos)

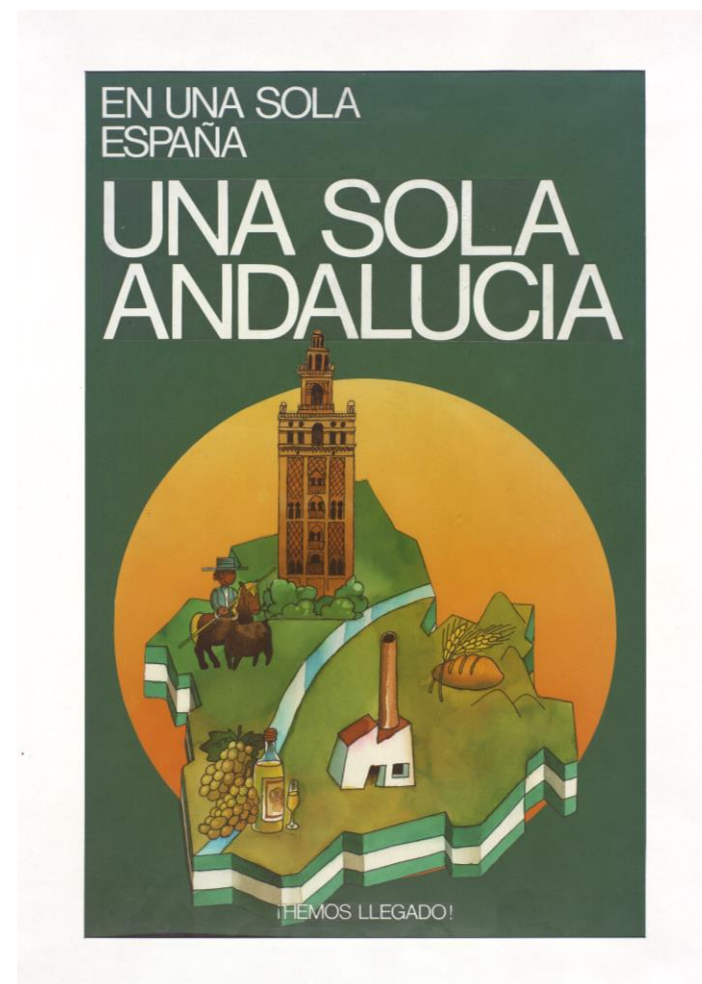
Horario de visita, de lunes a viernes, de 9 a 14 horas.  
Patio del Archivo.



Archivo General de Andalucía  
C/ Almirante Apodaca, nº 4  
41003 Sevilla  
[informacion.aga.ccd@juntadeandalucia.es](mailto:informacion.aga.ccd@juntadeandalucia.es)  
Telf.: 671 536 300  
Fax: 955 024 512

El documento del mes

Abril, 2016



## LOS CARTELES DE LA CAMPAÑA DEL 28-F (1980)

Archivo General de Andalucía

Código de referencia: ES.41188/Ente Preautonómico, P.4/B.29-B.33

Título: Proyectos de publicidad institucional para el referéndum autonómico del 28 de febrero de 1980.

Fecha: 1980

Características físicas: 109 carteles.

Papel. Material impreso y en fotocomposición.

### **El proceso autonómico andaluz y el referéndum del 28 de febrero de 1980**

En agosto de 1977, y tras las primeras elecciones generales de la democracia, los diputados y senadores por Andalucía constituyeron una Asamblea de Parlamentarios Andaluces con el objetivo de dotar a nuestra región de un régimen autonómico, y un estatuto propio. Las multitudinarias manifestaciones del 4 de diciembre de 1977 y el espíritu autonomista despertado en la población acabaron motivaron la constitución de la Junta de Andalucía el 27 de mayo de 1978 como ente preautonómico. El 3 de octubre de ese mismo año, el Presidente de la Junta, Plácido Fernández Viagas, propuso la firma de un gran pacto entre los representantes andaluces de los distintos partidos políticos para conseguir, en el marco de la futura Constitución española, una autonomía plena para Andalucía: el día 4 de diciembre, y a escasos días del referéndum constitucional, se firmó por fin dicho pacto en Antequera, donde los partidos políticos, representantes de prácticamente el 98% del electorado andaluz, acordaron, con el más absoluto respeto a la Constitución, aunar esfuerzos para buscar la autonomía más eficaz en el plazo más breve posible. Todo ello acabó desembocando finalmente en la convocatoria de un referéndum autonómico para el 28 de febrero de 1980.

El Real Decreto 145/81, de convocatoria del referéndum, estableció una pregunta en la que ni siquiera se mencionaban las palabras "Andalucía" o "autonomía", y que, en sesión parlamentaria, fue calificada de ininteligible. Tras una campaña de sólo 15 días, frente a los 25 concedidos a Cataluña y al País Vasco, con la UCD y el Gobierno central abanderando la abstención, y con problemas graves en el censo, la Junta de Andalucía abordó una campaña institucional para un referéndum que se preveía incierto. Frente a la campaña publicitaria de la UCD a favor de la abstención, y con los medios de comunicación institucionales a su servicio, los partidarios del SI suplieron la carencia de medios con una intensa actividad que contó con la colaboración de los más diversos sectores de la sociedad.

El referéndum acabó suponiendo finalmente el triunfo de la voluntad de los andaluces por vivir en democracia, y con el máximo nivel de autogobierno establecido por la Constitución española.

### **La publicidad institucional de la Junta de Andalucía ante el referéndum del 28-F**

La campaña institucional llevada a cabo por la Junta de Andalucía para esta convocatoria supo llegar de forma muy sencilla y directa al electorado, con mensajes claros y un atractivo y novedoso diseño gráfico. Las ideas presentadas para ello por profesionales y empresas de la comunicación quedaron plasmadas en una serie de carteles publicitarios –algunos de los cuales acabaron siendo finalmente impresos mientras que otros quedaron sólo como proyectos- que han pasado a formar parte ya de nuestro Patrimonio Documental.

Diversas agencias publicitarias –fundamentalmente sevillanas y malagueñas- como fueron CID S.A., Contacto-Expansa-Frontera Publicidad, Publicidad Símbolo, Grupo Sur S.L., Motivo S.A. o Staff Creativo, presentaron sus ideas a la licitación de la Junta de Andalucía, aportando en su conjunto más de un centenar de bocetos. Algunos de ellos, como el del balcón con los geranios desde el que pende la bandera de Andalucía, fueron muy difundidos y pasaron rápidamente a formar parte del imaginario autonomista andaluz.

Así, la selección de carteles que presentamos como Documento del Mes de abril es una simple muestra de la colección que se conserva en el Archivo, y del potencial que supone como fuente de información para la investigación de ese momento trascendental de nuestra historia reciente.

