

Guillermo López García

Universidad de Valencia

El lenguaje político reflejado a través de los medios de masas

Artículo publicado en el Vol. II de las Actas del *IV Congreso de Lingüística General*, celebrado en la Universidad de Cádiz en Abril de 2000. Págs. 1581 a 1595

1) Introducción

Inicialmente, este trabajo tenía por objeto el análisis del discurso político filtrado a través de los medios de comunicación tomando como ejemplo las Elecciones Autonómicas y Municipales de Junio de 1999. Sin embargo, con el propósito de ofrecer ejemplos que puedan acercarse lo más posible a la actualidad, hemos cambiado nuestro objeto de estudio, si no en el fondo, sí en la forma; el análisis que aquí ofrecemos corresponde a las recientes Elecciones Generales de Marzo de 2000, concretamente de los periódicos del día siguiente a las elecciones del 12-M. De esta manera, sin vulnerar en lo más mínimo el sustrato teórico que nutre nuestra investigación, considero que esta puede resultar de un mayor interés, dado que se basa en un hecho político tan cercano que sus consecuencias siguen centrando la atención de todos los medios informativos.

Igualmente, me gustaría llamar la atención sobre el sentido de mi investigación, que es doble porque bebe de dos disciplinas distintas y, sin embargo, claramente interrelacionadas: la lingüística, como no podía ser menos en un Congreso de estas características, y muy especialmente la parte de la misma que se dedica al análisis del discurso, y el estudio teórico de los medios de comunicación de masas, disciplina de la que provengo y que, evidentemente, constituye la base teórica fundamental de mi estudio.

2) Marco teórico: El lenguaje político a través de la prensa

Reflejo de esta doble aserción es el estudio que he escogido como punto de partida para reflejar el acervo teórico que se encuentra detrás del análisis de los materiales periodísticos, titulado *Retórica y comunicación política*, de reciente aparición.

Antonio López Eire y Javier de Santiago observan una evolución de la retórica puesta al servicio de la moderna política, manifestada en la inevitable mediación del discurso político realizada por los medios de masas: “por la especial dificultad que conlleva

dirigirse a oyentes lejanos y ausentes con el calor y la efusividad propios de la presencia y la cercanía, el hombre político actual se ve obligado a pasar por un duro entrenamiento en las diferentes virtualidades y características de los distintos medios audiovisuales de comunicación de masas (...), lo que se denomina un *media training*, que es la versión moderna del entrenamiento al que los antiguos rétores de Atenas y Roma sometían a sus discípulos a los que enseñaban la Retórica”. (2000: 13)

La mediación de los medios de comunicación de masas es doble: por un lado, la preponderancia de la imagen en la comunicación de masas determina un cierto desprecio de la palabra por parte de los políticos, que son conscientes de que el discurso complejo, cuidadosamente hilado y dotado de múltiples recursos argumentales no tiene una traslación efectiva al público una vez ha sido filtrado por los medios.

Por otro lado, la necesidad de resumir la información que tienen los medios de masas también provoca una minusvaloración de la palabra. Como indica Lorenzo Gomis, “la imagen más realista del periodista en su trabajo no es la de alguien que sale en busca de la noticia, sino la de alguien que echa la mayor parte de ese tesoro a la papelera con aire de maquinal indiferencia si no con expeditiva energía, o de alguien que cuelga el teléfono después de decir que lo siente pero que no podrá publicar la información que un oficioso informador le brinda, porque no tiene espacio. El periodista no es esencialmente el hombre que busca las noticias, sino el que las selecciona”. (1991: 76)

La competencia entre las diversas opciones políticas se hace aún más acentuada desde el momento en que los medios de comunicación disponen de un espacio limitado para trasladar dichas opciones a los ciudadanos. Inevitablemente, el político buscará la noticia atractiva, la frase llamativa o la declaración polémica para atraer la atención de los medios (y con ello, de los ciudadanos), trasladando el discurso político elaborado a un segundo plano.

Esto tiene como consecuencia que el discurso político cae muy a menudo en el maniqueísmo, debido a la necesidad de confrontar opciones ideológicas en un espacio muy reducido. El lenguaje político es un lenguaje, especialmente en campaña electoral, de confrontación, un lenguaje apelativo cuya función es la persuasión y captación de clientes, esto es, votantes para el partido al que representa el político.

Esta dominancia absoluta de la función apelativa en el lenguaje político tiene como resultado más destacado la adecuación del léxico a la realidad del entorno, como vía más rápida de acercamiento a los ciudadanos. El político actúa de acuerdo a la

respuesta social del electorado, se fija en sus intereses e intenta articular su discurso en consecuencia. Y este discurso, dado que tiene que ser claro e impactante, es hilado mediante estereotipos: estereotipos positivos destinados a ensalzar la postura política del orador y estereotipos negativos que tienen la función exclusiva de destruir al oponente, y que, paradójicamente, son los más habituales.

En lo que respecta a los medios de comunicación, aunque el proceso de selección de la información es lo fundamental para dilucidar qué es lo que llega a los ciudadanos del discurso político, no podemos ignorar el partidismo que muestran los medios de comunicación en relación con la política, muy en particular en España. En el análisis se pondrá claramente de relieve esta circunstancia, pero queremos indicar para finalizar este apartado que, según se desprende del análisis realizado por Teun A. Van Dijk, los medios influyen en la información política según las siguientes estrategias:

- **Polarización:** Las opiniones pueden estar organizadas según una pauta ideológica que polariza al propio grupo y los grupos ajenos, Nosotros contra Ellos.
- **Coherencia de opinión:** La aplicación de esta actitud general puede dar lugar a opiniones específicas. Esta generalización de una actitud también contribuye a la ‘coherencia de opinión’ del discurso.
- **Atribución:** Las atribuciones de acciones negativas a los enemigos requieren la descripción de éstos como agentes responsables, conocedores de manera consiente, intencional y cínica de sus acciones y de las consecuencias de estas, aún cuando tales acciones puedan ser al mismo tiempo tildadas de irracionales o incluso de locas. Por otra parte, entre nosotros, quienes se muestran demasiado amistosos con respecto a los enemigos, no se dan cuenta plenamente de lo que hacen y, por lo tanto, es preciso advertirles de que corrijan sus errores.
- **Descripción:** Las descripciones que identifican a grupos o instituciones vinculados a Nosotros y a Ellos también siguen el principio de polarización ideológica.
- **Interés:** Las opiniones positivas o negativas acerca de Nuestras o Sus acciones siguen básicamente una lógica valorativa basada en una construcción que define Nuestros mejores intereses.
- **Implicitud:** Las opiniones pueden ser explícitas o implícitas, directas e indirectas.
- **Meta-opiniones:** Las opiniones pueden ser opiniones sobre otras opiniones. Así, las opiniones (demasiado) positivas sobre nuestros enemigos son descalificadas (por moderadas, suaves).

- **Expresión:** La expresión de opiniones puede intensificarse recurriendo a varios procedimientos estilísticos y retóricos. Las palabras que describen actos negativos pueden tomarse del repertorio de la salud mental, describiendo a los adversarios como irracionales, lunáticos o megalómanos. Otra estrategia es comparar al enemigo elegido con otro, un enemigo certificado.
- **Omisiones:** La información negativa y, en consecuencia, las opiniones negativas sobre Nosotros, así como la autocrítica, pueden quedar completamente omitidas en la confrontación ideológica violenta.
- **Argumentos:** Las opiniones generalmente necesitan soporte. Es decir, van precedidas o seguidas de una serie de aseveraciones que las hacen más plausibles mediante varias reglas de inferencia, basadas en actitudes y valores. De forma similar, las posibles opiniones negativas sobre nosotros son atajadas anticipadamente por contraargumentos implícitos opuestos a tales opiniones.
- **El recurso a la Historia:** Las opiniones ideológicas invocan y ocultan selectivamente la Historia.

3) Análisis: la prensa española ante los resultados de las elecciones generales de 2000

Las elecciones generales pasadas tuvieron, en líneas generales, un desarrollo bastante más calmado que las anteriores de 1996. La crispación de entonces fue sustituida por una campaña calmada, basada en la formulación de propuestas, y con dos partes bien diferenciadas. En la primera, la iniciativa correspondería a la oposición, merced a la expectación causada por el pacto de izquierdas entre el PSOE e IU. La segunda parte estuvo totalmente dominada por las distintas propuestas desgranadas por el PP, el partido en el gobierno. La campaña electoral estuvo totalmente trufada de los recursos más comunes del lenguaje político que antes hemos destacado, lo que se vería reflejado en los medios de masas en función de algo que tampoco podemos olvidar en el análisis, esto es, su tendencia política.

He escogido tres periódicos que, sin duda, abarcan con precisión las tres posturas más determinadas de los medios de comunicación frente a la campaña electoral: *ABC*, *El País* y *La Vanguardia*.

- *El País* realizó una campaña bastante agresiva respecto al partido gobernante, destacando, por un lado, las promesas incumplidas por el Gobierno de Aznar y su

talante autoritario y, por otro, las características positivas del aspirante, Joaquín Almunia. Podríamos decir que este periódico, al igual, por otro lado, que los demás medios claramente significados a lo largo de la legislatura por su apoyo o rechazo a la gestión del Gobierno, acentuó significativamente el carácter subjetivo del tratamiento de la información, algo que habría de pasarle factura durante la campaña y una vez decididas las elecciones.

- El diario *ABC* representa el polo opuesto del anterior. En este caso, hablamos de un medio de carácter conservador que siempre se había caracterizado por un apoyo fiel al PP. Su reacción ante el resultado de las elecciones, en consecuencia, está determinada por una indisimulada satisfacción que también redundaba en perjuicio de la objetividad periodística, como tendremos ocasión de comprobar.

- Por último, *La Vanguardia* se sitúa en nuestro análisis en el centro de ambos polos, como representante de los medios de comunicación que trataron en todo momento de mantener una perspectiva básicamente neutral frente a la campaña.

A continuación, vamos a proceder al análisis comparativo de estos tres medios de comunicación, tratando por separado los distintos géneros, informativos y de opinión, desde los que se analizó el resultado electoral.

Titulares:

La función básica del titular sería resumir lo fundamental de la información en pocas palabras, atendiendo, en especial, a las cinco W que han de responderse en toda noticia. En este caso, todos los partidos destacaron la magnitud de la victoria del PP y la otra noticia de la jornada, la dimisión de Almunia tras el desastroso resultado del PSOE:

- *ABC*: Titular: “Aznar logra la primera mayoría absoluta del centro-derecha en la democracia”. Subtítulo: “Almunia presenta la dimisión tras el fracaso del PSOE”.

- *El País*: Titular: “Aznar logra la mayoría absoluta”. Antetítulo: “Almunia dimite después de perder dos millones de votos y 16 escaños”

- *La Vanguardia*: Titular: “Aznar arrasa”. Otros titulares: “Almunia dimite tras su severa derrota”, “El PP desborda la mayoría absoluta y con 10’2 millones de votos

supera al PSOE de 1982”.

Tres son las líneas de fuerza que pueden apreciarse claramente en los titulares de los tres periódicos, que coinciden en lo esencial: en primer lugar, la personalización de la política. El triunfador no es el PP, sino su líder José María Aznar, que es quien ha conseguido la mayoría absoluta, ha “arrasado” en las elecciones. De la misma manera, *El País* y *La Vanguardia* personalizan en Almunia la derrota socialista (es Almunia quien ha tenido una “severa derrota”, quien ha perdido “dos millones de votos y 16 escaños”).

En segundo lugar, todos los periódicos destacan el fracaso del PSOE, si bien, como ya hemos indicado, dos periódicos personalizan en su líder, Joaquín Almunia, este fracaso, mientras que *ABC* lo extiende a todo el PSOE. Los tres periódicos llevan la dimisión de Almunia, contrapunto de la victoria del PP, a la portada.

Por último, *ABC* y *La Vanguardia* destacan el carácter histórico de esta victoria del PP, “primera mayoría absoluta del centro derecha en la democracia”, “más votos que el PSOE en el 82”.

Editoriales:

El editorial es el elemento fundamental de un periódico, puesto que es el único lugar donde el lector puede percibir claramente las motivaciones de carácter ideológico que pueden condicionar al medio en un sentido determinado a la hora de dar cumplida cuenta de la información, hasta el punto de que estas motivaciones pueden acabar siendo también las del lector. Dado el resultado de las elecciones, los tres periódicos son elogiosos con Aznar. En este caso, de lo que se trata es de encontrar las críticas solapadas que puedan minimizar la victoria, en el caso de *El País*, y los desmesurados elogios que la elevan más de lo conveniente en una toma de posición clara del periódico, en el caso de *ABC*:

- Diario *ABC*: Titulado “La gran victoria”, el editorial se basa en una loa desmesurada del partido vencedor: “Las razones de este éxito no se encuentran sólo en una campaña electoral bien dirigida, jalonada con propuestas constructivas y expresada con mensajes que han generado una ilusión y una esperanza similar a la que llevó a los socialistas al poder en 1982. Las principales razones de la victoria de José María Aznar se hallan en los cuatro años de un Gobierno eficaz en la gestión de los asuntos públicos, constructivo e integrador en las relaciones con los nacionalismos democráticos, con una notable

capacidad para alcanzar acuerdos y moderado, que no débil, en la realización de reformas y cambios”. En el momento de la victoria, *ABC* elude cualquier error del Gobierno en su gestión y lo presenta como modélico. El resultado de las elecciones es para este periódico consecuencia de los cuatro años de éxitos continuados por parte de Aznar, así como en una “esperanza” e “ilusión” por parte de los ciudadanos similar a la que llevó al poder a los socialistas en 1982. Lo más destacado por el periódico es que esta victoria se basa en hechos de gobierno, en la gestión, y no sólo en los “fuegos de artificio” que constituirían la campaña electoral.

Por otro lado, al igual que harán los otros periódicos, *ABC* se refiere al desastre socialista: “Frente a la solidez del balance que José María Aznar presentaba al juicio electoral de los ciudadanos, el Partido Socialista ofrecía una prolongación de la caótica situación que comenzó la ‘dulce’ derrota de 1996. A los votantes no les ha convencido un partido que improvisó en pocos días todo un acuerdo de gobierno con una izquierda pura y dura, aún sin pasar por el reciclaje de los nuevos tiempos. Tampoco les ha convencido un candidato que fue repudiado en las primarias de su partido que él mismo organizó ni les ha atraído la posibilidad de un gobierno nacional paralelo a gobiernos autonómicos y locales pactados con formaciones independentistas”. El diario destaca sus grandes enemigos como causantes de la derrota del PSOE, la alianza con la “izquierda pura y dura”, por un lado, y el escaso españolismo de los socialistas, por otro, constantes ambas que se repetirán en la información del periódico.

- *El País*: Con el título de “Victoria inequívoca”, *El País* dedica a las elecciones un largo editorial que tiene su inicio en la misma portada del periódico. En esencia, destaca lo mismo que el editorial de *ABC*, pero ofreciendo grandes reservas respecto a los propósitos del gobierno: “El triunfo de Aznar, que tuvo ayer su día de gloria, corrige todos los augurios que hace cuatro años le pronosticaban un corto recorrido a la luz de su exigua victoria y que siempre le han señalado un techo alejado de una mayoría holgada. Aznar podrá gobernar ahora sin depender de terceros y sin las muletas nacionalistas. No tendrá que pagar los peajes que durante estos años han condicionado la política autonómica, pero tampoco contará con la influencia moderadora de Pujol en otros terrenos”. En esta ocasión, el papel conferido a los nacionalistas es positivo, en cuanto moderadores de un eventual autoritarismo del PP. El periódico se hace eco aquí del manido “miedo a la derecha”. Y, paradójicamente, es el “miedo a la izquierda” el que se constituye como principal motivo de la amplia victoria del PP: “parece verosímil

que la perspectiva de un gobierno con ministros de IU haya movilizado a la derecha. La subida de cinco puntos del PP podría tener que ver con ese factor, aunque también con el llamado *voto deferente*: el *plus* de quienes siempre votan al que gobierna, sea quien sea”.

Claramente, el periódico minimiza la victoria del PP, por cuanto las razones de su triunfo no se centran en ningún caso en la gestión del gobierno, sino en la incertidumbre que supondría un cambio de política por parte de un gobierno socialista apoyado por IU. Asimismo, el pacto de izquierdas se critica en cuanto motivo fundamental del triunfo de los populares, haciendo referencia a la abstención registrada en las elecciones, mayor que en las últimas convocatorias: “Al éxito arrollador del PP le corresponde un fracaso equivalente del pacto de izquierdas, que lejos de movilizar a sus votantes tradicionales parece haber espoleado al centro-derecha. La dimisión de Joaquín Almunia le honra al leer el resultado de las urnas como un mandato claro de renovación de proyecto y de dirigentes del PSOE. La abstención (30%) es sobre todo una mala noticia para la izquierda, que por primera vez suma menos votos que la derecha”.

- *La Vanguardia*: El comentario del director, Juan Tapia, que hace las veces de editorial, se mueve en unas claves similares a las de *ABC*. Titulado “El éxito de la lluvia fina”, la gestión del gobierno es también aquí la razón fundamental de su victoria: “La democracia se normaliza ya que el centroderecha también logra mayorías abultadas. ¿Cuáles son las razones de este vuelco que ha pulverizado las previsiones de las encuestas más optimistas? Seguramente, la gestión económica y social (...), el mantenimiento de la estabilidad política gracias al pacto con CIU, y un liderazgo basado más en la eficacia y en el estudio de los asuntos que en el ‘glamour’”. Existe una contraposición implícita con los gobiernos socialistas, cuyo éxito era debido, entre otras cosas, al carisma de su líder, Felipe González. La alianza con IU también se observa como un retroceso no sólo electoral, sino ideológico: “el pacto de izquierdas ha hecho que el PSOE renuncie al mensaje de modernización y de compromiso con Europa para que prime un cierto ‘arcaísmo de izquierdas’”.

La lectura realizada por los editoriales va a ser la que se mantenga, en líneas generales, en la información de los periódicos, con la única excepción de algunos artículos de opinión, por las especiales características de este género.

Información:

Tratándose de un tema de tal relevancia, la información dedicada a las elecciones va a ocupar la práctica totalidad de la información política de los tres periódicos, si bien el espacio dedicado por *La Vanguardia* y *ABC* es mayor que en el caso de *El País*, algo que puede explicarse por el cierre más temprano de la edición por parte de este último. En cualquier caso, la información de los tres periódicos, tanto los favorables como los contrarios al PP, intenta mantener un tono de neutralidad general que después desaparece en los comentarios periodísticos, en ocasiones mezclados con la información. Lo más destacable de la información desde la perspectiva que nos interesa es el léxico empleado para referirse a las distintas opciones políticas.

- *ABC* destaca en todo momento la victoria del PP y se regocija especialmente en el desastre del PSOE. La información, en líneas generales, se limita a reseñar las declaraciones de los políticos. Sin embargo, hay una toma clara de postura al calificar al PP continuamente como “partido de centro” o “centro derecha”, haciendo una asimilación clara entre el partido del gobierno y el “reformismo”, palabra cargada de connotaciones positivas, muy especialmente en España, donde remite a la Transición política. Tachando al PP de reformista, *ABC* busca en el partido que ha ganado las elecciones la herencia de la UCD. Por otro lado, el fracaso del pacto de izquierdas es, para este periódico, total y absoluto, no sólo para el PSOE sino también para IU: “El pacto con el PSOE no frenó la debacle de IU, que pierde 13 escaños” (Página 26). Tanto en la información como en la opinión disfrazada de información, si queremos llamarla así, que abunda en el periódico, continúa haciéndose referencia negativa a la coalición, asimilándola al comunismo más ortodoxo, como veremos a continuación. Por último, *ABC* dedica especial atención a las elecciones en el País Vasco y el resultado de la abstención preconizada por Euskal Herritarrok, estrategia cuyo fracaso en las elecciones ha sido absoluto: “Los vascos plantan cara a la abstención de EH, que sólo ha subido un 7 por ciento” (Página 40) Incluso llega a insinuarse solapadamente una unidad de estrategia entre los distintos partidos nacionalistas del País Vasco: “Analistas de la situación política vasca estiman que la postura abstencionista de EH puede obedecer a una estrategia más o menos tácita de los socios del Pacto de Estella, de tal forma que con ella el PNV se ve beneficiado al sumar los dos diputados que, en comicios anteriores, han correspondido a HB, mientras que la coalición abertzale se atribuye también para sí la abstención técnica”.

- *El País* reconoce sin ambages la victoria de Aznar (“Aznar logra una histórica mayoría

absoluta”), pero la minimiza en términos absolutos: “Al borde de los 10 millones de sufragios, el ascenso del PP en votos no ha sido muy grande”, algo que contrasta fuertemente con la interpretación de los resultados que se hace desde otros medios. De la misma manera, *El País* vuelve a destacar una argumentación recurrente en su línea editorial, esto es, el aislamiento ideológico de Aznar en Europa: “Aznar consolida así su posición al frente de uno de los pocos gobiernos de centro-derecha que existen actualmente en Europa, tras una campaña electoral basada en la buena situación económica alcanzada en España y punteada de promesas de última hora para mover el voto indeciso”. También se aprecia cierta ironía en la nueva estatura política alcanzada por el presidente del gobierno tras las elecciones: “José María Aznar vio realizado anoche el sueño personal y político que lleva persiguiendo desde 1990. Dejó de considerarse el hombre corriente que gestiona un partido de centro derecha con un techo electoral limitado y pasó a creerse un líder querido masivamente”. Por último, existe una referencia claramente negativa al PP, relacionada con los sucesos de El Egido: “Los réditos en las urnas de la xenofobia” (Página 35), lo que también resalta *La Vanguardia*.

Lo más destacable de la información del periódico es que parece pasar de puntillas sobre los hechos objetivos de la victoria del PP y se centra en la crisis desatada en el PSOE por la derrota. En este sentido, al diario no le duelen prendas en salvar la figura de Almunia, en consonancia con la imagen altamente positiva que del candidato socialista había venido ofreciendo *El País* durante la campaña: “Almunia no ha podido hacer nada más que intentar una campaña electoral a la desesperada”, “Joaquín Almunia asume la derrota y dimite”, “Para quienes creen en el valor de la política –otra alusión constante de Almunia durante la campaña- el bajo índice participativo es preocupante”

La abstención es la clave fundamental que parece explicar la derrota de la izquierda, pero, de haber culpables, estos no estarían en el PSOE, sino en su aliado: “Pero los destrozos causados son responsabilidad de quien ha ido conduciendo la nave directamente al naufragio, sin atender las advertencias de sus propios votantes. El coordinador general de IU, Julio Anguita, alentó la ensoñación del *sorpasso* al PSOE, ensayó una pinza con el PP, se sintió cómodo con Aznar en la Moncloa y rehusó asumir plenamente responsabilidades políticas cuando los resultados electorales empezaron a pasar factura. Izquierda Unida ha pagado en estas elecciones el precio de los errores

acumulados desde años atrás y que se resumen en uno: equivocarse de adversario” (Página 25). IU ha sufrido un descabro que podría haber sido mayor de no ser por el pacto con el PSOE: “Muchos dirigentes han entendido, o al menos así lo aseguran, que la única salida para una fuerza que corría el riesgo de desaparecer es la de continuar con el proceso de la unidad de la izquierda que les permita salvar la cara y encontrar sentido a su posición política” (página 24)

Las culpas del PSOE en la derrota, de haberlas, no serían de su candidato, sino del pasado, e incluso, según se desprende de la información del periódico, de la ceguera de los ciudadanos: “La apuesta de Joaquín Almunia y Francisco Frutos ha resultado estéril en medio de una situación en la que los ciudadanos no daban aún síntomas de cansancio hacia un gobierno que ha llegado hace cuatro años, tras un periodo socialista que terminó en una fase de extenuación, y cuando aún no habían emergido con toda claridad las consecuencias de las actuaciones más negativas de la gestión del Partido Popular”.

Resumiendo, el periódico ofrece el resultado de las elecciones no como resultado de la gestión del gobierno sino por los errores de la izquierda, muy especialmente de IU, y se centra siempre en la disyuntiva izquierda – derecha, obviando los términos “reformista” o “centrista”, tan utilizados por *ABC*.

- *La Vanguardia*: Este periódico ofrece buena parte de su información sobre las elecciones en clave catalana, con lo que otorga, en consecuencia, un gran relieve a CiU y sus frustrados deseos de alcanzar un nuevo pacto de legislatura con el PP: “Los resultados de las generales complican enormemente la estabilidad en Cataluña y debilitan a Pujol” (Página 20)

Las elecciones generales son tratadas con ecuanimidad, sin ahorrar halagos para el PP, pero sin regocijarse tampoco en la derrota socialista. Se destaca, en línea con el editorial, el éxito tanto de “la lluvia fina” como del tan cacareado “giro al centro”: “Aznar y todo su gobierno son conscientes, en suma, de que el gran paso dado ayer por el PP no sólo se debe a los buenos resultados de su gestión en el área económica, sino en haber sabido transmitir una imagen de moderación, en particular desde el célebre ‘giro al centro’”

En resumen, este periódico intenta realizar una información en términos generales bastante objetiva, con abundantes referencias a las pasadas elecciones generales del 96: “La campaña electoral, con el PP asentado en el Gobierno, ha transcurrido por unos cauces mucho más tranquilos que los de la crispación que presidió entonces la batalla

entre Felipe González y el aspirante José María Aznar. Hace cuatro años, la constante apelación desde las filas socialistas al ‘miedo’ por una victoria del PP y a las consecuencias de una posible regresión democrática –un temor ejemplificado en la figura del ‘doberman’- resultó más eficaz en lo que se refiere a la movilización del electorado socialista”.

Hasta el momento, hemos observado ya la existencia de interpretaciones de los resultados y sus consecuencias bastante divergentes, obedeciendo a la línea interpretativa de cada periódico, ya marcada en los editoriales. En los artículos de opinión, que van a ser analizados colectivamente, podrá observarse con mayor claridad esta contraposición de visiones de la realidad que ya aquí se hacía patente.

Artículos de opinión:

El diario *ABC* es el que más artículos de opinión ofrece sobre el resultado electoral. En *El País* tan sólo encontramos un artículo de Xavier Vidal Foix, si bien algunas crónicas y artículos de fondo sobre la noche electoral también pueden englobarse en este apartado. En *La Vanguardia*, finalmente, aparecen varios artículos destinados exclusivamente a narrar cómo se vivió la noche electoral en los principales partidos políticos, pero ninguno de análisis propiamente político de los resultados. Como ya hemos indicado, la existencia de una serie de temas de discusión, derivados del resultado de las elecciones, nos permite realizar un análisis integrado de los tres periódicos:

- Razones de la victoria del PP: Las razones positivas para el gobierno pertenecen, en exclusiva, al diario *ABC*. Al igual que en el editorial, la victoria del PP es la victoria del centro reformista y de la buena gestión del Gobierno. Por ejemplo, Jaime Campmany destaca que “El electorado español ha comprendido perfectamente la excelente labor del Gobierno del Partido Popular, sobre todo en lo referente a la economía. Aquel ‘empate técnico’ que mantenía las ilusiones socialistas hubiese resultado incomprensible para todos aquellos que, ideología aparte, son conscientes del avance que ha dado España en estos últimos cuatro años. Que España va bien es algo que no hace falta repetir para ser creído. Basta con asomarse a la vida española. Y ese hecho no tenía más remedio que reflejarse, más o menos espectacularmente, en las urnas. Y el espectáculo está servido. No se trata de un triunfo basado sólo en la esperanza y en la

promesa. Es la compensación de muchos aciertos”. (página 19)

En la misma línea se manifiesta José Luis González-Besada: “La arrolladora victoria de Aznar en las urnas es la suma de los aciertos acumulados en los últimos diez años. De la lluvia fina. Del goteo. De la paciencia. De la estabilidad. De una forma de hacer”. (Página 45) Y el mismo director de *ABC*, José Luis Zarzalejos, abunda en uno de los principales argumentos de los populares tras el triunfo electoral,; la desaparición de izquierdas y derechas: “el humus del triunfo del centrismo reformista del PP hay que localizarlo en el desprendimiento de los complejos históricos de la derecha española, a la que la izquierda –también en la campaña electoral pasada- ha tratado de que se postre de forma permanente en una suerte de culpa histórica que, hasta el día de ayer, lastraba sus posibilidades de consolidación y expansión. La consecuencia es evidente: España es un país con un electorado móvil, sensible a los méritos y deméritos de la política y con capacidad de discernimiento más allá de las rígidas fronteras ideológicas. Estas son las claves de una nueva derecha española que, con Aznar a la cabeza, debe administrar con inteligencia y generosidad el mandato que ayer recibió”. (Página 5)

Frente a esto, Xavier Vidal Foix, en *El País*, reconoce sólo parcialmente los méritos del Gobierno, circunscritos al ámbito económico y contrapuestos a sus errores: “La constatación de que el ciclo alcista es de carácter europeo e internacional no ha introducido dudas sobre si otros habrían manejado mejor ese ciclo común (...) En el caso español, además de razones como la invasión mediática oficialista, la falta de genio en la campaña del PSOE o el acierto del PP no inquietando al personal (pensiones), está la economía. El partido del Gobierno ha capitalizado para sí no sólo la parte que le corresponde en la bonanza, sino su totalidad”. (página 15)

Así pues, el periódico que desde el principio apoyó al Gobierno realiza un análisis abiertamente optimista: la victoria del PP se basa en los excelentes resultados de su gestión, independientemente de la abstención o de los errores de la oposición. *El País*, por su parte, a través de uno de sus más destacados periodistas, tiende a ningunear, en la medida de lo posible, el resultado de las urnas, ya desde el momento en que la ausencia de articulistas dedicados al análisis de las elecciones es casi absoluta, lo que también sucede en el caso de *La Vanguardia*.

- El fracaso del pacto de izquierdas: También es *ABC* el periódico que dedica mayor espacio a analizar los motivos del fracaso del PSOE, que, para los comentaristas de este periódico, son obvios y múltiples. Por ejemplo, César Alonso de los Ríos aludía a la

escasa imbricación del PSOE con los votantes: “La campaña electoral ha sido la prueba del desfundamiento ideológico del Partido Socialista y de su carencia de modelos tanto de sociedad como de Estado. Almunia ha sido una exposición patética de estos hechos. El desprecio al electorado viene de lejos en el PSOE”. (Página 47) El contrapunto de los méritos del PP sería el desastre socialista, que vendría de muy atrás. Todos los comentaristas políticos aluden a la necesidad de renovación del partido. En *El País*, aun reconociendo la magnitud de la derrota, los analistas siguen, en la línea del periódico, otorgando un papel digno a Joaquín Almunia. Por ejemplo, Vicente Verdú, en un artículo de fondo, se permite señalar que “así como no entiende el enamorado el desdén del amante, es arduo para el partido reconocer su fracaso. De ahí, por tanto, que sea infrecuente un líder declarando su error con entereza y su pérdida con la oportunidad de ayer”. (Página 20)

Finalmente, en *La Vanguardia* y en *ABC* aparecen alusiones negativas al alejamiento de la realidad y a la ortodoxia de los dirigentes de IU: “el comunismo – o lo que queda-agoniza y se agita en convulsiones”. (Jaime González, *ABC*, página 9); “La noche era negra, en la mar había olas de 183 metros de altura y Frutos flotaba a la deriva, agarrado a las barbas de Víctor Ríos. Cuando se le tragaron las aguas, levantó el puño como hacen los héroes”. (Alfred Rexach, *La Vanguardia*, página 20)

- La noche electoral: Otro capítulo que resulta de interés, en cuanto al estudio de las reacciones de los medios analizados respecto del resultado de las elecciones, es el reservado a las reacciones de los políticos y militantes de los distintos partidos políticos en la noche electoral. En este apartado, los periodistas deslizan comentarios que muy claramente los sitúan a un lado u otro del espectro político. De tal manera, *ABC* tan sólo destaca la tristeza de los militantes socialistas tras la derrota:

“- ¿Conoces a alguien en París?

- No, ¿por qué?

– Porque yo me exilio, anunciaban los más radicales al certificarse que el desastre propio se veía acentuado con la mayoría absoluta para el PP”. (Página 24)

En otros medios menos afines al gobierno, sin embargo, se resaltaban aspectos relativos a las características de la militancia del PP que se acercó a la calle Génova a celebrar el éxito electoral. Frente al penoso espectáculo dado por la militancia del PP en las elecciones del 96, enarbolando símbolos del franquismo e insultando al que poco después sería aliado político del gobierno, Jordi Pujol, el Partido Popular intentó

moderar los ímpetus de sus fieles en esta ocasión, pese a lo cual tanto *El País* como *La Vanguardia* se hicieron eco de algunos deslices. Por ejemplo, en *El País* podía leerse lo siguiente:

“Un joven con el Pulligan ajustado a los anabolizantes y peinado con la misma marca de gomina que Roberto Alcázar y Pedrín daba pases de pecho a los coches con su bandera de la gaviota y bramaba: ‘¡Esta vez los barremos del mapa’ (...) Estos simpatizantes es que deben de ver la televisión pública y se creen que el presidente va por ahí asomándose a todos los balcones. Pues de eso nada. De eso, cero patatero (...) ‘Mira, mira ahí, si es Esperanza Aguirre; ¿o no es Esperanza Aguirre?’, dudaba un señor engominado al que Federico Trillo se imaginaría perfectamente como ministro de Economía, o quién sabe si del Interior, dependiendo de su fiabilidad (..) el señor hacía bien en dudar, ya que la calle Génova bullía de esperanzas recién salidas de la peluquería, llenas de mechas y de medias de perlé que ni eran demasiado feministas ni demasiado candeal ni demasiado de nada, y allí cualquiera se hacía un lío (...) No se había colado ni una sola bandera con la gallina. Ni una. A decir verdad, tampoco se veían banderas sin la gallina”. (Página 17)

Esta larga cita es ilustrativa del tipo de calificación que se quiere dar al PP como partido político que aloja en su seno a la extrema derecha añorante del franquismo (referencia a la bandera franquista). Asimismo, se destaca la vestimenta y actitudes de los militantes como ejemplo de la derecha más intolerante. Por último, el periodista parafrasea alguno de los deslices cometidos por dirigentes del PP durante la campaña (“cero patatero”, referencia al comentario de Federico Trillo sobre el aspecto de algunos dirigentes de IU).

En *La Vanguardia*, Manuel Trallero dedica un artículo al mismo asunto, si bien se centra en los insultos que parte de los militantes dedicaron a Cataluña y a Pujol durante buena parte de la noche: “En la calle, mientras tanto, los primeros gritos, de ‘campeones, oé, oé, oé’, banderas españolas al viento, y un señor, o así, que precedía a un amplio corte de mangas, mientras gritaba, en medio de grandes aplausos, ‘enano, ahora te vas a enterar’, y el público corea regocijado, ‘sin los catalanes, sin los catalanes’. Una escena inolvidable (...) Se empieza a gritar, con ganas, aquello tan bonito de ‘Pujol, enano, habla castellano’, o ‘se quiera, o no se quiera, Cataluña es española’”. (Página 14)

- Influencia del lenguaje deportivo: por último, no quisiera terminar sin resaltar la curiosa coincidencia de numerosos periodistas de los tres medios analizados en el uso de la comparación de la lucha electoral con el mundo de los deportes, muy particularmente del fútbol. Entre las características del lenguaje político, una de las más

relevantes es la contaminación que sufre por parte de dos lenguajes especiales, el de la guerra y el de la competición deportiva como sucedáneo de la anterior. A menudo se ha resaltado esta peculiaridad del lenguaje político, que en los textos analizados, debido, entre otras cosas, a la coincidencia de la jornada de liga con la jornada electoral, tiene especial relevancia. Los ejemplos, en los artículos dedicados a la noche electoral, son abundantes: “Un canal repetía por enésima vez los goles del Real Madrid-Sevilla, en otro un dirigente popular comentaba las mejores ‘jugadas’ del auténtico partido de la jornada, el que había enfrentado al PP y al PSOE”. (*ABC*, página 20); “Al final abrieron las puertas (de Ferraz), como en los campos de fútbol cuando hay media entrada, queda un cuarto de hora para el final y el equipo va perdiendo”. (*El País*, página 20); “la dimisión del señor Almunia es acogida, como si fuera un gol marcado por el Real Madrid, en una final de la Copa de Europa”. (*La Vanguardia*, página 14). Incluso un articulista de *El País*, Juan José Millás, tenía como tema central de su comentario la comparación entre ambos mundos, el político y el futbolístico: “Por la radio no se hablaba de otra cosa que de las elecciones. Y del fútbol. Curiosa mezcla ésta, la de los votos y los goles. Estos días han circulado quinielas electorales, llamadas porras, hechas con el mismo espíritu que las quinielas futbolísticas: en busca de la variante. La variante oculta una aspiración no necesariamente económica. En la porra, como en la quiniela, no se sabe dónde termina la lógica y comienza el deseo de que gane tu equipo o pierda el de tu jefe. Las referencias al fútbol han sido continuas durante la campaña”. (Página 17)

4) Conclusión

De la información analizada en los tres periódicos se desprende claramente la validez de la dialéctica Nosotros / Ellos a la que ya hemos hecho referencia; de la misma manera, el recurso a la Historia o comparación con situaciones parecidas en el pasado sirve a los distintos diarios para ofrecer análisis en algunos aspectos totalmente divergentes. La utilización de términos connotados ideológicamente (“derecha”, “progresistas”, “comunistas”) refuerza la dialéctica Nosotros / Ellos, y supone un ataque implícito al enemigo político. Nuevamente, y como es habitual en la prensa española, cada periódico oculta o minimiza los argumentos contrarios a sus intereses, presentando como real lo que no es sino interpretación interesada de unos hechos. En este sentido, el periódico que con mayor claridad la supuesta objetividad informativa es el diario *El*

País, debido, entre otros factores, a ser el medio de comunicación cuya opción ideológica, defendida sin reservas a lo largo de toda la campaña, ha sido derrotada.

5) Bibliografía:

- Gavaldà, Josep Vicent, “La telepolítica y sus récords”, *Eutopías vol. 67*, Valencia, Episteme, 1994.
- Gavaldà, Josep Vicent, “Medioptrías y sondeoscopios”, *Eutopías vol. 127*, Valencia, Episteme, 1996.
- Geis, Michael L., *The Language of Politics*, Nueva York, Springer-Verlag, 1987.
- Gomis, Lorenzo, *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós, 1991.
- Kerbrat-Orecchioni, C., "Discours politique et manipulation: du bon usage des contenus implicites", en Kerbrat-Orecchioni, C., Mouillaud, M. (Eds.), *Le discours politique*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1984.
- López Eire, Antonio, y de Santiago Guervós, Javier, *Retórica y comunicación política*, Madrid, Cátedra, 2000.
- Martín Vivaldi, G., *Géneros periodísticos*, Madrid, Paraninfo, 1987.
- Martínez Albertos, José Luis, *Redacción periodística*, Barcelona, Mitre, 1974.
- Morin, Violette, *Tratamiento periodístico de la información*, Barcelona, Mitre, 1974.
- Rodríguez, Félix, *Prensa y lenguaje político*, Madrid, Fundamentos, 1991

- Stubbs, Michael, *Análisis del discurso*, Madrid, Alianza Editorial, 1987.
- Van Dijk, Teun A., “Opiniones e ideologías en la prensa”, en *Voces y culturas*, N° 10, II Semestre de 1996