



## Mensajes mediáticos cargados de intención. La Moncloa está en juego

Ana Ortiz

Revista de Prensa nº 2

30 de noviembre de 2007

La actualidad política de los últimos días ha venido marcada por dos temas principales: la política exterior española y las propuestas electorales de los dos grandes partidos, PSOE y PP.

La mundialmente conocida frase de Su Majestad el Rey “¿Por qué no te callas?” ha sido la gota que ha colmado el vaso de la batalla electoral, que ha salido fuera de nuestras fronteras, como si la arena política interior no tuviera bastante con el campo que tiene. Hacía mucho tiempo que el Monarca no era tan protagonista en conversaciones, tertulias y periódicos. Su figura ha saltado del papel cuché a los rotativos. D. Juan Carlos ha marcado tendencia hasta en los móviles.

Tampoco hay que desdeñar las consecuencias que ha tenido en la polí-

tica exterior de España el “efecto Sarkozy” y su particular estilo de hacer política que está levantando pasiones a favor y en contra, como le pasa a todos los líderes carismáticos. Un líder que está en boca de todos porque pretende demostrar que otra manera de hacer política es posible. Aunque exagerada, la mayoría de los ciudadanos vuelve sus ojos hacia este hombre que se ha puesto el mundo por montera y poco a poco, está consiguiendo cosas importantes dentro y fuera de casa, gracias a su estilo personal de negociar, en un momento en el que la clase política está viviendo una crisis de liderazgo a nivel mundial y es cada vez más cuestionada.

Entre medias, las propuestas electorales de cada partido, que se están esmerando más que nunca por seducir a los indecisos, puesto que,

según las encuestas, cualquier resultado es posible. Los expertos en campañas y los coordinadores de programas las escudriñan a fin de salir cada día con propuestas que enganchen los flecos de ese electorado que está dividido en dos mitades poco dadas a reconciliarse.

Cada décima revela hasta qué punto la campaña está reñida. A fecha de hoy, ninguno de los candidatos puede saberse ganador con seguridad, ambos tienen posibilidades de serlo. Su futuro, su prestigio y su influencia dentro y fuera de sus filas, está en juego.

Los mismos medios de comunicación están siendo protagonistas. El nerviosismo de los principales partidos se ha trasladado a sus páginas. Los intereses económicos de cada grupo mediático también se verán afectados en función del ganador.

Los *media* más jóvenes, porque han nacido en la era Zapatero y está identificados por la opinión pública con el presidente del Gobierno. Su prestigio como generadores de opinión- y de beneficios dentro y fuera de la bolsa- se consolidará o no, después de las elecciones generales. El futuro de Público, La Sexta, Cuatro, por ejemplo, se jugará de verdad en los años venideros. Unos medios cuyo nacimiento ha sido favorecido para arrastrar al público más joven identificado con la izquierda.

Para muestra, sirva como ejemplo la entrevista que el presidente del Gobierno mantuvo con Andreu Buenafuente en la Sexta. El polifacético

presentador, que goza de muy buena acogida entre el perfil de público antes mencionado, es considerado en la cadena como un elemento clave para aumentar la audiencia.

Es además, accionista de esta cadena de televisión, donde se emitió el programa en el que el presidente Zapatero no estuvo afortunado con sus bromas acerca del retraso del presentador por llegar en cercanías, precisamente, cuando el problema de las obras del AVE ha tomado tales dimensiones, que la ministra de Fomento se ha salvado por tan solo tres votos (uno, el suyo propio) de la recusación planteada por los socios del Gobierno.

La Sexta ha tratado de minimizar el impacto de esta broma todo lo posible centrandolo sus ácido humor en momentos de programas emitidos por otras cadenas.

En definitiva, la opinión pública y los publicistas les darán su confianza real una vez que estos 100 días hayan pasado, puesto que ahora son contemplados bajo el prisma el que han sido creados. Su significación con el Gobierno socialista de Zapatero marca su gestión y su línea editorial. Si Zapatero no gobierna, se verá en dificultades para convencer a la opinión pública que su línea editorial es más independiente de la figura de Zapatero. No del PSOE. De Zapatero.

El resultado de las elecciones tampoco dejará indiferente a los medios que podríamos denominar "clásicos". Muy elocuente la crítica de Juan Luis Cebrián, consejero dele-

gado de PRISA, empresa editora de El País, a la campaña del PSOE "Con Z, de Zapatero". El conocido fuego amigo continúa vivo a cuenta de la guerra del fútbol desatada entre Sogecable y Mediapro, que no tiene visos de darse por zanjada.

Los medios afines al centro derecha, La Razón, El Mundo y ABC, también libran su batalla frente a la opinión pública. Una victoria de Rajoy les otorgaría una fortaleza como generadores de opinión quizá por encima de los medios afines a la izquierda, que como se decía, andan divididos en batallas entre ellos.

La Razón está ganando adeptos de forma sostenida entre los lectores del centro derecha en Madrid, es uno de los medios de referencia para los votantes del Partido Popular, a cuyo candidato apoya prácticamente sin fisuras. Este rotativo convive dentro del mismo grupo con Avui, que representa los intereses de la clase nacionalista catalana. Algo que llama la atención y que explica el editor de ambos, José Manuel Lara.

Asegura que como editor de ambas cabeceras no tiene por qué identificarse con su línea editorial, afirmando que una empresa no tiene por qué avalar todo lo que dicen sus medios. Defiende la posibilidad de que un accionista pueda estar en más de una TV (El grupo Planeta también está en Antena 3). Últimamente manifestaba el deseo de que el Gobierno proceda a un cambio legislativo que permita a un mismo accionista participar en distintas operaciones de televisión. Es decir,

la eliminación de incompatibilidades y restricciones accionariales previstas actualmente por la ley.

Queda claro que el apoyo de este Grupo a diferentes opciones políticas se debe a una cuestión estratégica de mercado.

En lo referente a El Mundo, ha llamado mucho la atención una carta dominical de Pedro J. Ramírez, donde hace una serie de recomendaciones al Partido Popular si quiere ganar unas elecciones, que según este periodista, tiene posibilidades de perder. Un periódico con un fuerte peso en España, líder en Internet y que le pisa los talones de cerca al Grupo PRISA. Una cabecera que se ha querido significar siempre por su apuesta por la investigación de temas espinosos para los gobiernos de turno y por dar cobertura a firmas de diferente signo, aunque mayoritariamente, son del centro derecha.

La carta ha sido comentada en otros medios, hasta el punto de considerar que El Mundo está nadando y guardando la ropa al mismo tiempo, en el caso de que Rajoy perdiera las elecciones y se desatara una lucha interna en su partido por detentar el poder. También esta carta se ha llegado a interpretar en algunos medios en relación al propio candidato a la Moncloa y su carácter poco dado a echarse en brazos de los medios ni hipotecar su independencia, ni favorecer intereses mediáticos.

A quien esto escribe, la reacción de Pedro J. Puede deberse más a una táctica de reactivación, a modo de

revulsivo para que la opción de Gobierno que él desea, no “se duerma en los laureles” y de las elecciones por ganadas.

En lo referente a ABC, puede decirse que su línea editorial tradicional se está viendo influenciada por las diferentes familias - e intereses- que conviven en el Grupo Vocento, que es fuerte en provincias, donde tiene las cabeceras más emblemáticas del pensamiento conservador, fortaleza que no comparte ABC en Madrid, llegando a desconcertar en ocasiones por los cambios en su línea editorial. Las discrepancias entre su director y el director de La Mañana de la COPE, también están saliendo a relucir más allá de la pura información.

Será interesante observar en qué acaba el supuesto proceso de venta del Grupo Zeta, editora de El Periódico de Catalunya, cuya línea editorial es afín al PSC, porque su reparto accionarial influirá en la línea editorial. Un grupo en manos del sucesor Antonio Asensio, más interesado en el negocio audiovisual de Internet.

Si los rumores que circulan son ciertos, la línea editorial de El Periódico de Catalunya no tiene por qué cambiar mucho. La perla del Grupo Zeta podría ir a parar a manos de Mediapro. Con su centro de operaciones en Cataluña, vendría a reforzar su posición, una vez que ya tienen el diario Público funcionando en Madrid, aunque le esté resultado difícil tomar ese quinto puesto entre las ya muy consolidadas cabeceras nacionales. La línea editorial de esta cabecera no se vería muy afectada,

toda vez que sigue siendo afín a la izquierda.

Tampoco pasaría nada si fuera el Grupo Planeta quien se hiciera con este diario, dado que en el mismo grupo conviven La Razón y Avui, como se ha mencionado anteriormente. Cualquiera de las dos posibilidades seguiría reforzando a la izquierda en Cataluña, factor importante, dado que esta Comunidad Autónoma aporta un buen número de escaños al Partido Socialista.

De todo esto toman muy buena nota los anunciantes, cuyo reparto publicitario está cada vez más fraccionado entre los diferentes medios que componen cada grupo mediático (prensa, radio y TV).

Hoy, el pastel principal se lo reparten seis operadores de televisión privados- Telecinco, Antena 3, Cuatro, La Sexta, Veo TV y Net TV, más las dos cadenas públicas nacionales y la red de televisiones autonómicas.

El apagón analógico para dar paso a la TDT será la prueba de fuego y la legislación - y el legislador del momento- que acompañe su desarrollo, será capital. El fraccionamiento de las audiencias será todavía mayor entonces, y los beneficios también.

Todo este planteamiento se refleja en el seguimiento y tratamiento de las noticias.

### **La demanda de silencio más ruidosa de la historia**

Si para algo ha servido la última Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno ha sido para desenmascarar las posiciones de cada partido en cuanto a política exterior, que se la leído también en clave interna.

La demanda de compostura que hizo el Rey al presidente Chávez ha sido la gota que ha colmado en vaso de la delicada situación de las relaciones exteriores que tiene España en este momento, no solo como Iberoamérica, sino también, con el resto de mundo.

La imagen del Rey ha salido reforzada en un momento en el que los radicales nacionalistas proceden a la quema de retratos del Monarca. El incidente venía precedido de la polémica visita de los Reyes a Ceuta y Melilla, un viaje muy saludado por todos los españoles, en especial por melillenses y ceutíes, pero que a Mohamed VI le ha servido como excusa perfecta para reivindicar unos derechos que jamás tuvo sobre estas ciudades españolas. Una falta de derechos que algunos miembros del Gobierno no tienen claro, dado que confunden el viaje de Sus Majestades a tierras españolas, por un viaje a Marruecos. Las declaraciones del ministro Moratinos en relación a que "reivindican lo suyo" no necesitan mayor explicación. Un viaje oportunista, a la par que oportuno.

La escena sucedida unos días después durante la Cumbre celebrada en Chile vino a recordar que el Rey suele estar cuando se le necesita. No es la primera vez que refuerza al Gobierno en el ámbito internacional. Expresó, de una manera más o me-

nos ortodoxa, lo que debería haberse evitado de haber tenido desarrollada una política exterior basada en la firmeza y el respeto practicados desde dentro.

Este hecho ha sido utilizado por Gobierno y Oposición para marcar sus diferencias.

El Gobierno, y sobre todo, el presidente, ha utilizado esta situación para presentarse ante la opinión pública como defensor de la democracia, aún y cuando los defendidos no sean de su agrado.

En un primer momento, y siguiendo con la línea emprendida hace algunos meses de erigirse como pieza de conciliación y concordia, Zapatero exhibió con orgullo la defensa que hizo del ex presidente Aznar ante los ataques del presidente de Venezuela. Incluso, la llamada de agradecimiento del presidente de Faes ha servido para mostrar a un Zapatero abierto al diálogo y que antepone los intereses de España a sus propias convicciones.

El Gobierno ha tratado de minimizar el incidente de la Cumbre por todos los medios, haciendo oídos sordos a las graves acusaciones de Hugo Chávez, a la vez que trata de desmarcarse de una amistad de dudosa fiabilidad y cuyas garantías están más que cuestionadas. Zapatero quiere enviar el mensaje de que los intereses de España y los de sus empresarios están a salvo. El Ejecutivo socialista quiere proyectar hacia la sociedad una postura de amplitud de miras y de saber estar por encima de las circunstancias puntuales.

El País refuerza al Gobierno en esta línea argumental. Centra la atención en los intereses de España, en el trabajo de la Cumbre, en la fortaleza de Zapatero como elemento conciliador, en señalar al ex presidente Aznar como parte del conflicto y en identificar al Partido Popular como el eterno “crispador” con quien es imposible llegar a ningún acuerdo.

“Los incidentes con Chávez no deben empañar los acuerdos sociales de la cita en Santiago”, “El Gobierno Aznar no condenó el golpe de Estado”, “Zapatero: le dije al rey que la España democrática no podía callarse”, “Moratinos considera que el incidente con Venezuela está en vías de solucionarse”, “España en el exterior; recomponer la situación internacional exige un consenso preciso entre PSOE y PP”.

El Periódico de Catalunya centra su argumentación en señalar al Partido Popular como parte causante del conflicto entre los dos países. “Excesos de Chávez y errores del PP”, “Las críticas fuera del lugar del PP”. “Rajoy insiste en las amistades peligrosas del presidente”.

El diario Público también va en la línea de reforzar a Zapatero en detrimento del PP, incluso de Rajoy. Señalar a Aznar como culpable de muchos de los problemas de España es un tema recurrente en su línea editorial, para mostrar a un Rajoy débil ante quien le otorgó la confianza para sustituirle al frente del partido.

“El Gobierno buscar resolver la crisis con Venezuela pero sin llamar al

embajador como pide el PP”, “El PP no ve incoherencia entre Aznar y Rajoy”. “Las veces que Aznar no defendió a España: ha aprovechado sus viajes para cargar contra el Gobierno”, “Rajoy hace pinza con Chávez contra Zapatero”.

El Partido Popular plantea el problema desde otra perspectiva. Ha señalado una vez más su disconformidad con la línea de actuación del Gobierno socialista con los llamados presidentes populistas. Demanda una llamada a consultas del Embajador de España en Venezuela (un Embajador que no existe como tal, dado que no ha podido presentar sus cartas credenciales) y recuerda a Zapatero que este tipo de amistades pueden acabar derivando en situaciones como la que se vivió durante aquellas jornadas.

Además, especifica que esta situación es la consecuencia de las acusaciones del ministro Moratinos al ex presidente Aznar en 2004. En el programa 59” (22 de noviembre de 2004), el ministro declaró que “En el anterior Gobierno, cosa inédita en la diplomacia española, el embajador español, recibió instrucciones de apoyar el golpe, cosa que no se va a volver a repetir en el futuro. Eso no se va a reproducir, porque nosotros respetamos la voluntad popular”. En el Congreso (1 de diciembre de 2004), afirmó que “Mis palabras deben entenderse en el sentido de que, por apoyar, quise y quiero decir que no condenó el golpe de Estado en Venezuela, y que le ofreció legitimidad internacional”

La Razón centra su argumentación en la figura del Rey y en los avisos que desde el Partido Popular se venían haciendo en relación a las consecuencias que podrían traer las excesivas deferencias que se han tenido con Hugo Chávez en los últimos años. La importancia de salvaguardar los intereses de las empresas españolas en el país americano también son parte del argumento.

Pretende mostrar a un Zapatero inconsciente, que no ha medido el alcance de sus decisiones. Es el eje de estos argumentos. Centra su atención en la adhesión de Rajoy al Rey, que contrasta con aquellos que desde el grupo socialista en el Congreso han determinado por culpabilizar al Monarca por tomarse licencias que no le ha sido concedidas. Concretamente, el diputado Francisco Garrido, valedor del Proyecto Gran Simio, preguntó en el Congreso al Gobierno para que dijera que si “el Rey actuó conforme a su estatus constitucional, al gritar al presidente de Venezuela o al abandonar la sala, ante el discurso del presidente de Nicaragua”.

“La inversión española en el país de Hugo Chávez supera los 93’6 millones de euros”, “Rajoy aplaude al rey y reprocha a Zapatero sus amistades peligrosas”.

El Mundo ha tomado una postura más diplomática del asunto, ofreciendo comentarios de diferentes líderes mundiales, señalando la importancia de defender los intereses españoles y reforzando a Rajoy: “Castro apoya al presidente del Venezuela sin atacar a España”, “La

presidenta chilena se distancia del líder de Venezuela”, “La reincidencia de Chávez y las amistades peligrosas”, “Rajoy elogia el coraje del Rey y culpa del incidente a las malas amistades de Zapatero”.

### **Sarkozy, el nuevo líder de la derecha mundial**

Para terminar de completar el pequeño boceto de la política exterior es imprescindible hablar de Sarkozy. El presidente francés no deja a nadie indiferente. El líder de la derecha francesa se presentó ante propios y ajenos con la convicción de llamar a las cosas por su nombre y desembarazarse de ciertos complejos que todavía tiene la derecha mundial por la supuesta supremacía de la izquierda en todos los ámbitos.

Su decisión para afrontar los problemas sociales y estructurales que arrastra un país de la categoría de Francia, daría de sí para un análisis en profundidad. Solo ser hará referencia aquí del papel que ha jugado en la política exterior de España.

El ciudadano de a pie nunca sabrá si el gobierno socialista ha desplegado una diplomacia callada o no tenía recursos para solventar el problema de la tripulación detenida en el Chad. Lo que es claro, es que la opinión pública tiene la sensación de que el presidente francés es un hombre valiente, que ha sabido jugar sus cartas, en detrimento de un Zapatero que no ha tenido más remedio que aceptar un segundo puesto en la resolución de este problema.

Para los medios afines al centro derecha, Sarkozy es todo un referente. Un líder al que habría que imitar en algunos aspectos. Para los medios izquierda, un showman que tiene mucha suerte y sabe vender muy bien todo lo que hace.

El titular del editorial de El País es muy significativo: “El rescate de Sarko”, “De Chad a Venezuela, una diplomacia callada”.

Nada que ver con ABC, El Mundo y La Razón. ABC, “Sarkozy logra la liberación de las azafatas españolas con un Zapatero de simple espectador”. El Mundo dice que “Sarkozy libera a las azafatas del Cha y las trae a España”. La Razón, “La diplomacia española, fuera de juego mientras Sarkozy ultimaba con su homólogo chadiano la liberación de las azafatas, el ministro de Exteriores estaba de puente en el país aluí”, “Sarkozy le hace el trabajo a Zapatero y trae a España a las azafatas del Chad”.

### **Propuestas electorales**

Otro de los temas donde la prensa ha demostrado muy claramente sus afinidades.

Las propuestas electorales de Mariano Rajoy están encaminadas a ofrecer a los potenciales votantes una imagen de sosiego, de consenso y moderación. Un líder que se preocupa por los problemas de la gente corriente que comienza a notar los efectos de la desaceleración económica.

El Partido Popular sabe que el terreno económico es su fuerte, donde mayor credibilidad tiene. La maquinaria del programa gira en torno a este eje principal, reforzado por valores como la unidad de España, el reforzamiento de la educación y la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, donde la familia juega un lugar preferente.

Unas propuestas cuya difusión están perfectamente medidas y pensadas para que los medios tengan tiempo de difundirlas una y otra vez, como una lluvia fina.

El PSOE apuesta por una campaña colorista, efectista, dirigida a un electorado comprometido con el nuevo ecologismo, con la paz mundial y defensores de los principios clásicos de la izquierda.

Sabe que la economía no es su fuerte y que en este momento, le está jugando una mala pasada. La subida de precios de la cesta de la compra, la subida de las hipotecas, la pérdida de poder adquisitivo, no están ayudando a Zapatero en este final de legislatura. Tanto es así, que voces provenientes de sus filas, lamentan que no se hayan celebrado elecciones en octubre.

Zapatero apuesta por Solbes, como baza para garantizar la estabilidad económica. Sabe que Solbes goza de las simpatías de sus votantes de izquierda, que no han aplaudido que hubiera una oficina económica paralela al propio ministerio. Solbes ha puesto condiciones. Zapatero lo necesita y acepta.

Hoy, el empate técnico es una realidad. Zapatero pide “una mayoría más amplia” y Rajoy se muestra firme en su convicción que puede ganar después de la travesía del desierto de estos años.

Sobre este particular, los medios afines a Rajoy están encaminando su línea editorial al reforzamiento del personaje, en desgranar las propuestas de su partido y en mostrar ante los votantes que todavía es posible un cambio sensato y moderado que estos medios estaban reclamando. Algo así como que el Partido Popular está haciendo los deberes y sabe de lo que habla.

El Mundo titula “Rajoy sí cuenta con ideas para cambiar España”, “Los populares se cambian las pilas y varían el discurso mostrado durante los últimos tres años”, “Rajoy promete la rebaja fiscal más importante de la historia de la democracia”.

La postura de La Razón sigue en la línea de apoyo al Partido Popular. Se resumen bien en estas palabras: “De oposición a alternativa. El PP debe dar ya el impulso y presentarse como opción fiable para gobernar. Frente al Gobierno, los populares se han ganado el aplauso del ciudadano, ahora tiene que ganarse sus votos. De Rajoy es el mérito de haber mantenido unido el partido más

acusado y fustigado de la democracia”.

En contraposición, los medios del centro derecha muestran a un Zapatero fuera de juego, que improvisa y que va a centrar su campaña más en el continente que en el contenido.

Los medios de izquierda refuerzan al presidente del Gobierno, precisamente en su labor de Jefe del Ejecutivo y ofrecen argumentos que desmontan las propuestas de Rajoy, que tachan de inviables.

Entre líneas, destacan el llamamiento del presidente a conseguir una mayoría más amplia que permita gobernar con holgura.

El País utiliza las mismas palabras del presidente, “Ni ganadas ni perdidas”, “El PSOE coloca a ministros con tirón al frente de candidaturas difíciles”. “Solbes aceptar reforzar la lista del PSOE por Madrid como número dos”. “El PP cree que su rebaja fiscal no tiene coste y Solbes la cifra en 5.000 millones de euros”.

### **Mensajes cargados de intención**

Cien días de vértigo. Propuestas electorales, gestión interna y externa, líderes mundiales. Todo cuenta en estos meses previos a una consulta electoral que pasará a la historia como una de las más reñidas. Los medios siguen haciendo sus apuestas.

*Ana Ortiz es Analista Adjunta en el área de Medios de Comunicación.*