



Una legislatura condensada en dos debates ¡qué pena!

Ana Ortiz

Revista de Prensa nº 9

7 de marzo de 2008

Parece que hubiera un antes y un después en la historia de España. Los debates mantenidos entre los candidatos a la presidencia del Gobierno de España, precedidos por sus número dos en las listas por Madrid, Pedro Solbes y Manuel Pizarro, han sido exprimidos en los medios de comunicación hasta la última gota. En España no existió nunca esta legislatura. Solo ha habido dos candidatos que dicen jugársela porque salen bien o mal en estos debates.

Al cierre de estas líneas no sabemos los frutos reales que han podido dar los cara a cara más esperados desde hace muchos años. Lo que si podemos concluir, es que esta ha sido una de las campañas lectorales más reñidas, donde los candidatos han sido plenamente conscientes de que su futuro personal y profesional, está en juego. También el del resto

de los ciudadanos. Es claro que España no será la misma dentro de dos días, cuando los ciudadanos hayamos depositado nuestro voto en las urnas.

O bien se opta por un estilo como el que hemos vivido estos cuatro años, o bien, se apuesta por una manera diferente de entender España. Ambos modelos, diametralmente opuestos, ambas maneras de entender la política y de conducir el país, dejarán su impronta en todos los ámbitos, económico, social, político y hasta personal, cuyas consecuencias se dejarán sentir durante muchos años.

Nunca antes los españoles fuimos conscientes de que estamos ante un punto de inflexión. Por eso, estos debates han suscitado el interés de la ciudadanía como pocas veces. Trece millones durante el primer

cara a cara Rajoy- Zapatero y un millón menos durante el segundo. El resto de los partidos políticos asisten a este duelo entre gigantes como meras comparsas. Algunos, como es el caso de UPD o Ciudadanos, están recurriendo a las estrategias más ingeniosas. Unos, hablando en la calle, otros con un programa en clave erótica. Por lo menos, han conseguido arrancar algún titular en los medios.

Otros como IU, están esperando a que el PSOE los necesite para acudir en su socorro, como si esta fuera ya la única opción que tiene esta formación política para justificar su existencia, a pesar de las críticas de su líder vertidas en una entrevista publicada en La Estrella Digital: "Zapatero ha seguido una estrategia egoísta, inmoral, desleal y fraudulenta". Unas críticas que causan cierta sorpresa cuando habría posibilidades de obtener una cartera ministerial si llega el caso.

De cualquier manera, los dos partidos que representan a la mayoría de la sociedad se han esmerado más que nunca. Las campañas publicitarias del Partido Popular y del PSOE están siendo mejores que en otras ocasiones. Hasta han surgido nuevas canciones, que son también, el fiel reflejo de lo que está a punto de ocurrir. Especialmente interesante el proceso sociológico que se está viviendo en el centro derecha español. Cada vez son más los que se "atreven" a decir que votan al PP y que desde la derecha se puede hacer una revolución popular. También supone un paso adelante en este sector de la sociedad la adhesión de un

buen número de personas al Manifiesto por la Convivencia y por la Libertad, que recoge otros valores a los que estamos acostumbrados a leer en otros documentos de esta naturaleza, generalmente, impulsados por los simpatizantes de los partidos de izquierda.

Durante esta campaña, algunos han apelado al todo vale con tal de ganar. Se ha recurrido a antiguos líderes, a los ex presidentes del gobierno, que incluso alguno ha llegado a la descalificación, a los artistas, a los famosos, a los que se les ha prometido hasta un canal de televisión, se les ha concedido una subvención en forma de impuesto, al mundo universitario. Todo el mundo tiene algo que decir.

Los medios de comunicación tampoco se han quedado atrás en esta carrera hacia la Moncloa. Ellos se juegan sus propias influencias futuras, la buena marcha del negocio también tendrá que ver con el resultado del domingo 9 de marzo. Algunos ya muy consolidados, como es el caso de El Mundo, quien ha pedido abiertamente el voto para el Partido Popular en Andalucía, y para el PP y UPD en el resto de España. La compra de Recoletos por RCS, que es la editora de este diario ha sido catalogada entre las 10 operaciones más importantes de medios de Europa acaecidas en 2007.

A la operación antes mencionada hay que sumarle los movimientos empresariales que se están desarrollando en torno al Grupo Vocento. Tanto José Manuel Lara, presidente del Grupo Planeta (editora de La

Razón y Antena 3) como Jaime Castellanos, el ex del Grupo Recoletos, buen amigo de Víctor Urrutia, uno de los accionistas de Vocento, están jugando sus bazas para lanzar una OPA contra este Grupo, que podría materializarse en los próximos meses. Si el resultado electoral es favorable al Partido Socialista, habrá que comprobar si estos empresarios fortalecen el diario ABC y al propio Grupo, o les conviene trocearlo y deshacerse de él.

El todopoderoso Grupo Prisa está decidido a centrar sus inversiones en el mercado americano de habla inglesa en los próximos cinco años. Parece ser que a pesar de la “guerra del fútbol” sigue apoyando claramente al PSOE- no hay más que leer la entrevista que publicó ayer con Mariano Rajoy para comprobar que el candidato del PP estaba en territorio comanche- lo que parece es que el Grupo Prisa está dispuesto a jugar su baza a favor del partido socialista precisamente en territorio altamente criticado por ellos mismos, los Estados Unidos. El resto de grupos mediáticos españoles tendrán que hacer un gran esfuerzo económico y cultural si quieren arañar influencia fuera de nuestras fronteras.

Habrà que estar atentos para observar la suerte que correrà Público, La Sexta y Cuatro, medios nacidos durante esta legislatura capitaneados y formados por personalidades afines a Zapatero. Serà el momento de comprobar su viabilidad si el actual presidente del Gobierno pierde las elecciones y por ende, las influen-

cias en el mundo social, empresarial y periodístico.

Nada sabemos de la operación del Grupo Zeta en relación a la venta de El Periódico de Catalunya, una cabecera cuya afinidad con el PSOE/PSC está fuera de toda duda. Se puede destacar la ingeniosa forma que ha encontrado para seguir mostrando encuestas en los días en los que ya no se pueden publicar por ley: un enlace a una página de este diario ubicada en Andorra, muestra un sondeo en el que el Partido Popular empatara en escaños con el PSOE.

Nerviosismo frente a moderación

Esta es una demostración clara del nerviosismo que ha imperado durante toda la campaña en el Partido Socialista. “Vota con todas tus fuerzas” reza uno de sus eslóganes publicitarios. “Ni un solo voto se puede quedar en casa”, dice la todavía vice presidenta del Gobierno.

Aunque las encuestas lo dan como vencedor de los comicios, lo cierto es que si ese hecho llega a producirse, será después de haber contado hasta el último voto, de que la denostada Ley de Dont haga de las tuyas...hasta el tiempo atmosférico tendrá algo que decir. “Votar o no votar”. “La participación será decisiva, pero no está claro que una mayor tensión política la estimule”. Así de claro está la cuestión para El País. También avisa de que “El PP recorta distancias y se sitúa punto y medio por detrás del PSOE”.

Contra todo pronóstico, el Partido Popular está más fuerte que nunca, con el pleno convencimiento de que ocupar la Moncloa es bastante posible. Desde el más anónimo de los simpatizantes hasta su líder están convencidos de ello. El Pacto del Tinell y el cordón sanitario no ha dado todos los frutos que se esperaban: aislar al centro derecha español y dividir sus filas. "Han sido capaces de desbancar al PSOE tras catorce años de Gobierno, han saneado la economía y hay más gente contenta de lo que se esperaba. Eso no se puede volver a repetir". Parece el razonamiento imperante en una buena parte de los que apoyan al actual Partido Socialista.

El PP, consciente de su desventaja, lleva meses trabajando en una cuidada estrategia y eso se nota. Primero ha sido el Programa, que se ha ido contando con el tiempo suficiente como para que los ciudadanos tengan elementos de juicio. Después, las campañas publicitarias y por último, los dos debates, que también se han preparado a conciencia.

El Partido Socialista parte con ventaja, la ventaja que da el estar en la Moncloa y que este país se confiesa ideológicamente de izquierdas, hasta que el bolsillo aprieta. Sin embargo, el PSOE ha cometido varios fallos: no darse cuenta antes de que el Partido Popular no está acabado y además tiene tono muscular. Otro aspecto que juega en su contra es el propio Programa. Apenas se sabe nada de él, salvo de un libro blanco que está siendo muy criticado, entre otras cosas, porque admite el Pacto

del Tinell, algo de lo que el presidente del Gobierno dijo no saber nada en el primer debate.

El tercer fallo ha sido dejarlo todo en manos del propio candidato, de su supuesto atractivo y su telegenia. "Zapatero se encomienda a los cara a cara para movilizar a la izquierda". Así editorializaba El Periódico de Catalunya días antes del primer debate, cabecera que, junto con Público, muestra más decididamente su apoyo al candidato socialista en los últimos tiempos. Sin embargo, la operación debate no salió todo lo bien que se esperaba, a juzgar por los cambios de agenda del presidente del Gobierno, consciente de que debía prepararse más.

Durante el segundo le ha ido mejor al presidente del Gobierno. Mostró una contundencia que no le acompañó durante el primero, supo aprovechar la ventaja que otorga hablar primero porque le permitió llevar la iniciativa y más cuando se jugaba con un árbitro que no fue todo lo neutral que cabe esperar en un profesional.

En relación al primer debate, Zapatero sale como ganador en todas las encuestas. Pero la euforia se deja ver en el Partido Popular y no en el PSOE, como era de esperar. La teoría que circula es que Zapatero vence a Rajoy porque todos los que no votan al PP han dicho que el presidente del Gobierno ha estado mejor. En esta línea va ABC: "Rajoy sale reforzado". "Rajoy se impone". Además, ABC considera que "Rajoy aprovecha el debate".

Un periódico que ya empieza a acusar el tono muscular que le ha dado el nuevo estilo impreso por la nueva cúpula del periódico de Vocento. No sabemos en lo que acabará la OPA antes mencionada, pero lo que sí se sabe es que el diario ha tomado un impulso dinámico, incisivo y más claramente posicionado en favor del Partido Popular.

No es de extrañar cuando se ha llevado a la cúpula de La Razón, diario que si bien sigue a favor del Partido Popular, no está editorializando ex profeso con Rajoy, sino que está aportando discusión en temas que no favorecen la PSOE, como es el caso de la sentencia sobre Educación para la Ciudadanía o los datos del paro. Podríamos decir que apoya de una manera más diplomática, sin personalizar su apoyo en la figura del candidato, como ha sido hasta hace pocas fechas.

No obstante, ya fuera de los editoriales propiamente dichos, este diario, cuyo director se ha señalado con el dedo por las cabeceras que no comparten su línea editorial por ser una persona presumiblemente cercana a Rajoy, se ha afanado por presentar al candidato popular en sus mejores momentos. Fotografías de un Mariano Rajoy exultante tras el debate o guitarra en mano durante un mitin en Tenerife tratan de avalar la teoría de que digan lo que digan las encuestas, Mariano Rajoy está en forma, seguro de sí mismo y que la alegría no solo es patrimonio de la izquierda.

Volviendo al diario ABC, éste refuerza su teoría un día después

anunciando que “Zapatero anula dos actos de campaña para preparar mejor su otro duelo con Rajoy”. En contraposición titula respecto a Zapatero que “El PSOE no convence”.

La teoría del voto suma cuando solo están los dos contendientes puede cobrar bastante consistencia desde el punto y hora que los medios afines al PSOE se apresuran en titular de tal manera que la ventaja es demasiado pequeña.

El Periódico de Catalunya: “El empate aprisiona al PSOE. Nunca un Gobierno avalado por la evolución positiva de la economía ha llegado tan apurado a las urnas”. Sin embargo, dos días después del primer debate, sale en defensa de Zapatero en un editorial titulado “A la espera del segundo debate”, donde se explica que el PSOE tiene todavía mucho campo donde recoger votos (otras opciones de izquierda y el nacionalismo moderado), mientras que el Partido Popular tiene un electorado firme, pero ha tocado techo.

Quizá se esté abonando el terreno para una futura política de pactos, en caso de que Zapatero necesite de esos otros partidos para poder gobernar. De hecho, el presidente del Gobierno ya ha tendido la mano a diferentes grupos nacionalistas y éstos parecen dispuestos a ayudarle en su investidura si lo precisan. Así lo han afirmado CiU y ERC.

El País: “Zapatero gana por la mínima”. La edición del día después del primer debate de esta cabecera es muy elocuente. Este titular ocupa cinco columnas en grandes tipos.

Además, no dedica el editorial a la noticia del día, que es el debate entre los dos aspirantes. La cosa no pinta fácil.

Después del segundo debate afirma que: "Zapatero tumba a Rajoy. El presidente amplía la victoria del primer debate y se impone en 15 puntos".

"El líder socialista combate con un alud de propuestas el catastrofismo de su rival".

"Zapatero se impone a Rajoy, incapaz de ir más allá de su discurso catastrofista".

Para La Razón: "Rajoy, seguro de que la captado votos que en 2004 fueron de PSOE". "Rajoy acorrala a Zapatero".

"Rajoy mantiene su ventaja aportando soluciones".

"Rajoy supera a un Zapatero escudado en las promesas".

El Mundo: "Un convincente Rajoy pone en aprietos a su firme Zapatero". "Zapatero no logró fidelizar su voto en el debate". Basa su teoría en que si bien el ganador de las encuestas de Zapatero, Mariano Rajoy superó las expectativas de los espectadores en mayor porcentaje que Zapatero, que consolidó su voto entre sus votantes, mientras que el candidato socialista no movilizó a su electorado, al electorado in extremis que le apoyó en 2004 guiado por las circunstancias.

El Mundo, fiel a su línea de argumentar con cifras, encuestas e investigación, también publica que casi 850.000 votantes del PSOE y 146.000 del PP han decidido cambiar su papeleta tras el debate. No obstante, no se suma a la euforia de los otros medios afines al Partido Popular y sigue advirtiendo el potencial de voto que tiene el PSOE y que le otorga ventaja sobre el PP.

Después del segundo debate, El Mundo ha centrado su atención en las cuestiones más favorecedoras para el Partido Popular.

"Rajoy reta en vano a Zapatero a que defienda el español en Cataluña. El líder del PP contrarresta los ataques de un Zapatero hábil e incisivo".

"Zapatero vuelve a vencer a Rajoy pero sigue convenciendo menos a los suyos- encuesta Sigma Dos".

"Empate entre un Rajoy solvente y un Zapatero hábil y marrullero".

"El 88% apoya la ley del castellano de Rajoy que no respaldó Zapatero".

No obstante, la línea que mantiene esta cabecera es la de mostrarse más objetivo, superando la cuestión interesada del partidismo. Su apoyo también al partido de Rosa Díez pretende demostrar que no se trata de una cuestión de partidos, sino de apoyar a aquellos que dicen mantener principios como es la unidad de España. Trata de favorecer otras fuerzas políticas que son necesarias si se quiere minimizar la influencia de los nacionalistas. También, de

presentar una alternativa a aquellos votantes de izquierda que no votarían al PP, pero que no están de acuerdo con la senda emprendida por el PSOE.

Esta línea contrasta con la del diario Público, fiel a su fin de apoyo al presidente del Gobierno y sobre todo, a la captación del voto más joven, por entenderse más radical. Publica noticias como esta:

“El PSOE roza la mayoría absoluta. El conservador Mariano Rajoy suspende con un 4.8%”.

“Zapatero gana con contundencia el cara a cara”. Según una encuesta realizada por Público y La Sexta, dos de los tres medios de comunicación que más tienen que agradecer a Zapatero.

“Los votantes del PP disfrutaban menos con el sexo”. Sin embargo, la noticia explica la insatisfacción también proviene de los votantes del PSOE.

“Como Rosa e España”, en alusión a la audiencia del debate. Los más jóvenes siguieron el Festival de Eurovisión en el que Rosa López representaba a España y se espera que también los más jóvenes sean el segmento de población que lee público.

“Rajoy se despide del centro”.

Sin duda, un elemento que avala la tesis de la afinidad manifiesta de las principales cabeceras con los dos principales rivales, se encuentra en los pies de foto de una fotografía

publicada el lunes 3 de marzo, que recoge diferentes momentos de la intervención de José María Aznar en un mitin en León donde acompañó a Mariano Rajoy para ofrecerle todo su apoyo.

EL Mundo: “Aznar hace un guiño a los descontentos de la izquierda”.

El País: “Rajoy recupera al Aznar más duro ante el frenazo de los sondeos”.

ZP lanza guiños a los votantes nacionalistas de izquierda”.

ABC. “Aznar expresó su apoyo incondicional a Rajoy en un mitin que celebraron juntos en León, el feudo de ZP”.

“Rajoy a Aznar: ‘Te llevo en mi cabeza y en mi corazón’”. Significativo titular orientado a todos aquellos votantes que identifican los atentados del 11M con la guerra de Irak.

El paisaje que viene

Si algo ha quedado claro y públicamente de manifiesto durante estos meses de pre campaña y campaña, es que la politización de la vida española ha alcanzado cuotas hasta ahora nunca vistas. Desde las series de televisión, las canciones, la moda, el peinado, los colores de los atuendos. Todo tiene su significado político. Incluso, se cataloga la insatisfacción sexual con el voto a uno u otro partido, como hemos podido comprobar.

La legislatura del consenso, del tanteo y del diálogo, entendido como

el fomento de las buenas maneras democráticas, se ha ido transformando en una sucesión de obstáculos, enfrentamientos y ataques contra todo el que no comulga con una misma idea.

Hay una parte de la sociedad española que, envuelta en la bandera del progreso y la vanguardia, no admite la diversidad de opinión y no está dispuesta a “consentir” que los que no comparten su manera de ver las cosas tenga su sitio, por cuanto que hace tiempo, se erigieron como baluartes de los principios, las formas y el pensamiento, sin que como tal fueran designados por la opinión pública. Tanto a nivel moral, como a nivel fáctico.

Esta circunstancia también ha ido tomando cuerpo en los medios de comunicación, que cada vez más a cara descubierta, han jugado sus bazas, todas sus bazas, algunas, hasta las menos elegantes, como es el caso de señalar el camino de la opinión en lugares físicamente fuera de la contienda electoral.

En sucesivos análisis se ha comentado que la influencia de los medios tiene como fin captar el ciudadano/votante, que es a la vez, consumidor. Como se ha dicho, demuestra su manera de pensar hasta en su atuendo, a veces, elaborado por empresas que forman parte de estos holdings empresariales.

Al cierre de estas líneas nada se ha decidido. La cosa está tan ajustada que hasta el tiempo atmosférico tiene algo que aportar.

Los ciudadanos solo podemos aportar nuestro voto, que no es poco.

Al margen de los candidatos, que lógicamente, han llevado el peso de su partido y de su campaña, y cuya suerte profesional va directamente ligada al resultado del domingo, lo que a juicio de quien firma estas líneas está en juego, es mucho más que cuatro años de legislatura.

Nos jugamos dos conceptos de ver la vida. El de la subvención, el “ape-sebramiento” cómodo, el todo vale, la imposición moral de unos frente a otros que no piensan igual, la aceptación de que no existe vida fuera de ese círculo social, económico e incluso, artístico, precisamente, donde mayor libertad debería existir, porque el arte el la ruptura de lo común, siempre ha representado la libertad plena, en toda su magnífica expresión.

En definitiva, la vaciedad oceánica y la demagogia de aleccionar e imponer con bolsillo repleto.

En paralelo, la idea del esfuerzo, del trabajo anónimo de cada uno por salir adelante, apoyados por un Estado que juega de árbitro, no de juez y parte, que se inmiscuye en el desarrollo natural de la vida cotidiana de cada ciudadano. La cultura del respeto, la promoción de la libertad de pensamiento y de otorgar el sitio que le corresponde al que no piensa igual o tan si siquiera parecido. En eso consiste la verdadera democracia para quien se la quiera creer realmente.

Nos jugamos la libertad, con todas sus consecuencias, por dolorosas que puedan ser para uno mismo, o el pensamiento único, pobre, miedoso y minimizado, que resta humanidad al ser humano. Porque la grandeza que tenemos hombres y mujeres respecto al resto de las especia-

les, es precisamente la condición de pensar, opinar, decidir, arriesgar, construir, deshacer, avanzar, crear, artísticamente o no, caminar y enriquecer el entorno que nos ha tocado vivir con la diversidad de cada uno.

Que Dios reparta suerte.

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