

# Algunos aspectos lingüísticos de los debates electorales Zapatero-Rajoy 2008

JUAN CANTAVELLA BLASCO  
cantavella@ehu.es

RACHEL BULLOUGH  
rbulloug@ceu.es

LUIS ANTONIO CURIEL CALLEJA  
charecu@hotmail.com

BEGOÑA MORALES BLANCO-SIEGER  
bmorales@indra.es

Universidad San Pablo – CEU (Madrid)

CÉSAR MEJÍA CHIANG  
cmejia@comunicaciones.usmp.edu.pe  
Universidad de San Martín de Porres (Lima, Perú)

ESTEBAN PITTARO  
pittaro@gmail.com  
Universidad Austral (Buenos Aires, Argentina)

Recibido: 19 de marzo de 2008

Aceptado: 3 de junio de 2008

## RESUMEN

Dada la escasa tradición de los debates políticos electorales en España, el que ha tenido lugar este año entre Rodríguez Zapatero y Rajoy reviste singular importancia. Desde la perspectiva del lenguaje político (que se proyecta sobre el periodístico), conviene analizar lo más sobresaliente de su contenido para examinar aquellos puntos peculiares (que se ponen al servicio de la persuasión y la propaganda). Este análisis es realizado en el nivel sintáctico (empleo de deícticos, estructuras repetitivas y esquemas ordenadores) y semántico (eufemismos, metáforas, palabras símbolo y valoración de la sufijación).

**Palabras clave:** política, campaña electoral, debate, lenguaje político, lenguaje periodístico, lingüística, persuasión.

## *Some Linguistic Aspects of Presidential Debates between Zapatero and Rajoy*

### ABSTRACT

Given the lack of tradition in Spain for presidential debates, the one which took place earlier this year between Rodríguez Zapatero and Rajoy is of great importance. From the perspective of political language (seen through the journalistic language), it would be convenient to analyse the most important details from its content in order to examine those special points (which are at the service of persuasion and propaganda). This analysis is carried out on a syntactic level (use of deictic, repetitive structures and ordering schemes) and on a semantic level (euphemisms, metaphors, symbol words and valuation of suffixation).

**Keywords:** Politics. Electoral campaign. Debate. Political language. Journalistic language. Linguistics. Persuasion

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. Análisis: nivel sintáctico. 3. Análisis: nivel semántico. 4. Conclusión provisional. 5. Referencias bibliográficas

## 1. Introducción.

Poca tradición hay en España de debates políticos, tal vez porque el sistema democrático no se caracteriza precisamente por su antigüedad y arraigo entre nosotros, pero también porque exponer con limpieza las opiniones propias y escuchar con atención las ajenas no es la actitud que más nos distingue<sup>1</sup>. Bienvenido sea, pues, cualquier acto de esta especie que se produzca aquí y mejor si toma carta de naturaleza para poner en cuestión las realizaciones que el poder lleva a cabo, las omisiones que se detectan y los proyectos o promesas que se ofrecen a los ciudadanos.

Si examinamos la historia de España llegaremos pronto a la conclusión de que el ejercicio real de la democracia es algo novedoso y que tres décadas (que incluyamos o no los escasos años de la II República, tan discutibles, no cambia las cosas) es un tiempo muy exiguo en comparación con los siglos de existencia del país y la raigambre en otras naciones occidentales. Casi diríamos que no es más que un accidente en un pasado dominado por la monarquía absoluta, el sistema de partidos sin elecciones auténticas o dictaduras varias. Y cuando los candidatos no se tienen que disputar los votos de los electores sobra cualquier tipo de confrontación dialéctica en su presencia.

No es el caso de Estados Unidos, Alemania o Francia. Los encuentros ante los electores de Richard Nixon y John F. Kennedy (1960)<sup>2</sup>; los de Bush y Al Gore (2000) y Bush con Kerry (2004); Obama y Clinton, en los primeros meses de este año, en Estados Unidos, así como los de Nicolás Sarkozy con Segolène Royal en las últimas elecciones presidenciales francesas (2007), marcan un camino cada vez más transitado e indican la necesidad de que los programas y los objetivos se contrasten públicamente con el auxilio de los medios de comunicación. El ejemplo está cundiendo y otros países hispanos, como Chile, Ecuador o México también han comenzado a introducir estos encuentros en sus campañas de elecciones presidenciales.

Nosotros estamos ahora adentrándonos en esta senda, en la que no hay más precedente que el debate que tuvo lugar hace quince años, entre el presidente socialista Felipe González y el aspirante José María Aznar<sup>3</sup>. Intentos se han producido antes y después, pero no han fructificado. Este año, por fin, los candidatos aceptaron

<sup>1</sup> La anécdota es vieja, pero ilustra sobradamente el talante pendenciero y poco dialogante que acompaña la vivencia popular de la política en España: en un mitin de principios del siglo XX alguien grita insistentemente “¡Controversia!” Con esta exigencia interrumpe una y otra vez al orador, hasta que este decide aprestarse al diálogo con quien se lo pide con tanta terquedad. Cuando le cede la palabra, de sus labios solo sale un insulto: “¡Ladrón!” Ese es el único tipo de controversia que entienden algunos.

<sup>2</sup> Juan HERNÁNDEZ PUÉRTOLAS asegura que el tema central de dicha campaña presidencial, lo que decidió la reñida elección según la mayoría de los observadores, fueron “los debates televisados que, por primera vez en la historia, enfrentaron a los dos candidatos a la presidencia de los Estados Unidos” (*Objetivo: la Casa Blanca*. Barcelona, Planeta, 1978, pp. 51 y ss.)

<sup>3</sup> El 24 de mayo de 1993 se enfrentaron los dos candidatos en los estudios de Antena 3 y una semana más tarde (el 31 de mayo) en los de Tele 5. Fue el primer encuentro cara a cara de la democracia, no repetido hasta el presente. Véanse las primeras apreciaciones sobre estos encuentros en las páginas de *El País*: “Triunfo claro de Aznar en el primer debate” (26 de mayo de 1993, p. 15) y “Victoria neta de González sobre Aznar en el segundo cara a cara televisivo” (2 de junio de 1993, p. 13).

someterse a una controversia y, de esa manera, ante la enorme expectación de millones de telespectadores, pudieron celebrarse dos debates entre sus principales líderes, José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) y Mariano Rajoy (PP) los días 25 de febrero y 3 de marzo últimos (con la organización de la Academia de Televisión, que emitió la señal para quien quisiera tomarla). Otros dos de menor cuantía se desarrollaron con la participación de siete partidos ante las cámaras de Televisión Española. Por otra parte, el vicepresidente económico, Pedro Solbes, y el presunto candidato al puesto, Manuel Pizarro, se enzarzaron en otro debate en Antena 3. No hace falta decir que fueron los candidatos a la presidencia quienes mayor interés generaron, hasta el punto de que antes y después del “cara a cara” no se hablaba de otra cosa, ni en los medios ni entre los ciudadanos.

Las razones por las que en esta ocasión se aceptó el público enfrentamiento son discutibles: tal vez porque, al encontrarse bastante igualadas las posiciones, cada uno de ellos pensaba que sus habilidades les harían ganar posiciones, o porque eludir el reto les haría parecer cobardes, o –vamos a pensar de una forma positiva- porque eran conscientes de que debían una explicación a sus electores y juzgaban indispensable someter su programa a la pública discusión, contrastándolo con el que ofrece su competidor.

Eso sí, tomando toda clase de precauciones. Negociar el formato del debate debió ser prolijo y escrupuloso. Cada paso que se daba ante las cámaras había sido fijado con anterioridad, pues se informó de que las condiciones establecidas se elevaban a una cincuentena y hasta se recurrió a los cronometradores del baloncesto para medir los tiempos con una precisión milimétrica. La forma de las sillas, la altura de la mesa, el enfoque de las cámaras, la sucesión de planos, el suelo antideslizante, la iluminación que les beneficiara, la colocación de micrófonos de corbata o las entradas y salidas fueron objeto de análisis y transacciones en un afán de que nada quedara al albur de la improvisación (y por tanto del aprovechamiento interesado) (G. GÓMEZ, 2008).

Todo lo cual quizás enmascara y encorseta lo esencial del acto, que es el intercambio conversacional que se produce para ofrecer puntos de vista sobre una cuestión y presentar las ofertas que se consideran más valiosas, cuando los ciudadanos tienen que tomar una decisión, juntamente con un contraste vivo de las opciones del grupo, para que no se quede en la mera y sosa exposición. El debate por sí mismo se diferencia radicalmente del monólogo y añade a la conversación una dosis de viveza, espontaneidad y contradicción que permite resaltar las fortalezas propias y las debilidades ajenas. Un juicio rápido sobre las polémicas que aquí analizamos nos permite concluir que poco de eso hubo, tal vez por las condiciones inicialmente impuestas y solo en la segunda entrega se pudo ver algo más de animación. Aún así las interrupciones y las precisiones sobre la marcha parece que se efectuaban con voz plana y en actitud vergonzante para no merecer la descalificación de los moderadores, quienes por otra parte no movieron un músculo para no ser tildados de parciales, poniendo de manifiesto la imposibilidad o falta de voluntad de moderar

verdaderamente la discusión<sup>4</sup>.

Pero no seamos negativos. Lo importante es haber iniciado un camino que hasta ahora era cuidadosamente evitado, probablemente por desconfianza hacia el medio y la inseguridad de obtener ventajas; pero, si nos acostumbramos a transitarlo, es posible que algún día podamos ver que ante nuestros ojos de ciudadanos libres y responsables se desarrolla una auténtica confrontación dialéctica, con toda la carga de espontaneidad, solidez, capacidad de ilusionar y habilidad para poner de manifiesto los errores y carencias del adversario.

Mientras tanto nos tendremos que conformar con estos sucedáneos, no siempre cercanos a los conocimientos y comprensión del votante medio, en el que se deslizan características y desazones del lenguaje político, así como argumentos y sofismas, hábilmente engarzados, que la retórica ha ido aportando y que los gestores de la “res pública” han sabido incorporar a su discurso para extraer los máximos beneficios. Ponerlos de manifiesto ayuda a mejorar ese diálogo y a incrementar la conciencia ciudadana para no dejarse engañar por las apariencias<sup>5</sup>.

### Un acto de marketing político

En los últimos tiempos el debate televisado, que tiene como protagonistas a los principales candidatos presidenciales, se ha convertido en componente estratégico de lo que se ha dado en llamar “marketing político”, que implica el empleo persuasivo de la comunicación y las técnicas pragmáticas de la mercadotecnia. El debate televisado confluye en un conjunto de acciones que se ponen en marcha cuando se trata de elaborar, de proponer y de resaltar una figura “presidenciable”, que resulte convincente para una gran parte de la ciudadanía y que de esa manera no dude en otorgarle su preferencia.

Muchos consideran que este fenómeno de comunicación de masas que se está produciendo supone el fin de la política tradicional, que hasta el presente dependía

<sup>4</sup>. Lo apuntaron algunos comentaristas, entre ellos Soledad GALLEGO-DÍAZ (2008): “Si el formato hubiera sido otro y se hubiera permitido hacer su trabajo al propio Campo Vidal o a un grupo de periodistas (bien preparados e informados) hubiera sido posible aclarar a los confundidos espectadores que, por ejemplo, los dos candidatos se referían en algunos casos a períodos diferentes y en otros, a series parciales o totales, a su conveniencia. Quizás, un periodista les hubiera obligado a precisar mucho más el debate sobre la inmigración...”. En realidad los periodistas que ejercían de moderadores se limitaron a prestar su busto para imponer seriedad y equidistancia, con el miedo a que cualquier intervención no estrictamente pactada inclinara la balanza a uno u otro y se les tachara de partidistas.

<sup>5</sup>. Llama la atención la escasa bibliografía (libros y artículos) que analicen estos aspectos lingüísticos en los debates presidenciales norteamericanos, país en el que hemos visto que se practican con frecuencia. En ocasiones (escasas) los periódicos aluden o precisan términos utilizados en la discusión. Un ejemplo podría ser los rifirrafes sobrevenidos en torno a la reprensión de Barak Obama a su antiguo asesor espiritual Louis Farrakham (dirigente de la “Nation of Islam”): la actitud que estaba adoptando, ¿era de denuncia o de rechazo? No era lo mismo, claro está, y la señora Clinton y algunos medios insistieron para que se manifestara proclive a lo segundo (A. FREEDAM, 2008). Consignemos un trabajo más genérico, pero útil en este campo, en el que Elvin T. LIM (2002: 328-348) examina los cambios históricos que se han producido en los discursos presidenciales norteamericanos (entre 1789 y 2000) y de esa manera llega a la conclusión de que esta comunicación se ha vuelto más antiintelectual, más contundente, más democrática y más conversacional. En España destaca un estudio pragmático realizado por Manuel ALVAR (1991: 5-46)

más de la difusión de una ideología, la militancia partidista, los actos públicos de presentación y glosa de un programa y toda ocasión que permitiese el contacto directo entre el candidato y las masas. Efectivamente, el cambio social que se ha producido ha sido muy notable y los medios han recibido el zarpazo de quienes han visto en sus potencialidades una manera muy útil de ser aprovechada para sus intereses. Los equipos que programan las campañas de los líderes han percibido el cambio tan efectivo que se ha producido en el electorado: en nuestro país, en concreto, se está manifestando una marcada tendencia apolítica, sobre todo entre los más jóvenes, así como un generalizado espíritu escéptico frente a la clase política, tildada generalmente de escasamente efectiva, corrupta, inmovilista y reaccionaria ante las reformas que sería necesario emprender para atender sus necesidades.

En ese sentido, las campañas no solo sirven para “vender” a los candidatos (tal como apuntó Joe McGUINNISS (1970) en un libro que marcó un hito respecto a una visión comercial de la política, frente a la concepción anterior, más formal y tal vez “inocente”), sino que ayudan a participar en un nuevo “juego político” centrado en las siguientes tendencias (LUQUE, 1996: 9 y 21)<sup>6</sup>:

- Alejamiento progresivo entre el electorado y sus representantes políticos.
- Dramatización del tono de la comunicación política.
- Dificultad para diferenciar las ofertas políticas que se presentan.
- Poca fidelidad a los partidos que concurren.
- Fuertes lazos entre política y negocios, de lo cual se derivan también multimillonarias inversiones en las campañas presidenciales.

El debate televisivo se convierte, en este contexto, en una oportunidad mediática de la que, si hay suerte y es utilizada adecuadamente, pueden extraer abundantes réditos todos los que participan en el juego (que es toda la sociedad): el candidato situado en el poder permite que resplandezca su aura y ejerza el magnetismo que es consustancial con aquel; para el candidato retador es una excelente oportunidad para cuestionar la credibilidad y eficiencia de su contrincante; para los medios de comunicación se trata de un aumento de la tensión lectora y un periodo de bonanza publicitaria; y para el electorado indeciso, una vitrina para animar sus tertulias y, aunque sea de una forma un tanto escéptica, analizar las propuestas que se le presentan.

Los primeros debates que se ofrecieron a través de la televisión revelaron que estos enfrentamientos pueden ser útiles para renovar los modelos tradicionales que tal vez se hallaban desgastados por el tiempo y también para dinamizar las ofertas políticas, encumbrar (o denostar) la imagen de los líderes políticos y captar el voto de los indecisos (que cada vez es un grupo más compacto en nuestra sociedad)<sup>7</sup>. No hay duda

<sup>6</sup>. También inciden en estas cuestiones Lourdes MARTÍN (2002); Alejandro MUÑOZ-ALONSO y Juan Ignacio ROSPIR, eds. (1995)

<sup>7</sup>. Renovación, sí, pero también empobrecimiento según las críticas que constantemente se prodigan contra la televisión. Ya las expresaba McGUINNISS (1970: 28) cuando decía: “La televisión es, según todas las apariencias, para el político indudablemente simpático pero carente de ideas. La letra impresa es para las

de que una de las claves estratégicas, que pueden determinar la victoria de un candidato, es la difusión constante de una imagen “presidenciable”, que lo haga merecedor del máximo cargo público. Y los debates televisivos constituyen las ocasiones más apropiadas para promover dicha cualidad.

Por último, apuntemos algunas características del debate que se produce en España, un modelo “eclectico” al decir de Benjamín Marín, ya que integra elementos del modelo americano, francés y alemán (MARÍN: 233-234). A grandes rasgos tiene estos elementos constitutivos:

- Se da la espectacularización propia de los debates que se celebran en los Estados Unidos, con la programación previa que sirve como reclamo; gran despliegue de medios, música que incita al duelo, conexiones con el exterior, entrevistas a analistas y personajes de todo tipo, llegada calculada de los candidatos para no coincidir, planos que siguen su caminar por los pasillos, reportajes sobre otras experiencias, entre otros.
- En cuanto al desarrollo del debate, el modelo se parece más al francés, porque es un auténtico cuerpo a cuerpo: permite el cruce dialéctico de acusaciones, porque entre ellos solo está la figura del moderador, quien propone temas, pero no preguntas concretas, con lo que facilita la confrontación directa entre ambos.
- La ausencia de público en el estudio es otra característica nuestra, que nos aproxima al modelo francés y alemán. La inexistencia de auditorio facilita la concentración de los actores políticos: en caso contrario podrían perderla por las posibles reacciones que se produjeran en el público o simplemente por la presión añadida que se les puede suponer el batirse con gente delante.

Después de este exordio, entraremos en el análisis de aspectos lingüísticos concretos para poner de relieve la carga de estudiada preparación que se aplica a lo que no parece sino un espontáneo encuentro. Aquí no estamos interesados en remarcar los contenidos ni la razón o sinrazón de las afirmaciones, descalificaciones o propuestas, sino en diseccionar la utilización del lenguaje para los fines que se proponen y observar de qué manera algunos recursos lingüísticos y retóricos se ponen al servicio de la persuasión, a grandes rasgos, y de la consecución del voto, más en concreto.

El lenguaje político tiene unas características propias que en ocasiones más lo aleja del ciudadano que no lo acerca, cuando debería ser justamente lo contrario<sup>8</sup>. Y a pesar

---

ideas [...]. En la televisión importa mucho menos que carezca de ideas. Es su personalidad la que los televidentes anhelan captar. No hace falta que sea estadista o cruzado; le bastará exhibirse en el momento oportuno”. Se puede profundizar en estas cuestiones con Salomé BERROCAL (coord., 2003). También con otros trabajos de la profesora BERROCAL, como “Comunicación e información televisiva”, en Gabriel GALDÓN (coord., 2001)

<sup>8</sup>. Cuando ALVAR (1991: 5) se refiere al lenguaje de los políticos dice que “hablan para todos, y su lengua debe ser la de todos [...]. Sin embargo, en nuestro mundo, el metalenguaje de los políticos aparece como extraño e incluso incomprensible para aquellos destinatarios a los que se envía el mensaje”. Es útil conocer en este campo una serie de ensayos. Por ejemplo, Ramón NIETO (2000); Emilio Alejandro NÚÑEZ CABEZAS y Susana GUERRERO SALAZAR (2002); o el de Luis NÚÑEZ LADEVÉZE (1999).

de que los periodistas deberían seguir un camino propio, situándose bien lejos de tales excesos y errores, nos identificamos con el grupo social del que más pendientes estamos en nuestro ejercicio profesional. Por eso no resulta indiferente para los profesionales de la comunicación lo que ocurre y se dice en estos encuentros, ya que es conveniente estudiar las líneas que emprenden los políticos a la hora de expresarse y tratar de diseccionarlas, con el fin de denunciar su uso malsano y evitar la imitación, como está ocurriendo con excesiva frecuencia<sup>9</sup>. En esa línea, atenderemos aquí a cómo se manifiesta el lenguaje político en un caso concreto. Dado que no podemos plantearnos un análisis exhaustivo, hemos seleccionado solamente algunas figuras y peculiaridades en las que nos detendremos.

## 2. Análisis: nivel sintáctico

### 2.1. Empleo de deícticos<sup>10</sup>

La forma de hablar de uno mismo o de dirigirse a su oponente refuerza la propia presencia o interpela con autoridad respecto a las obligaciones de los demás: en el primer caso revaloriza el propio enunciado, con lo que se gana en protagonismo y en seguridad; en el segundo muestra asimismo el dominio de la situación y el mando que se posee para exigir, marcar caminos, señalar fracasos o precisar olvidos.

La forma de utilizar los pronombres nos permitirá observar, por ejemplo, si los candidatos se presentan en su discurso como personas independientes o como miembros de un colectivo mayor (en caso de que abunden las formas plurales). Con ese fin hemos cuantificado las presencias en los dos debates de los pronombres personales en primera persona, tanto en singular como en plural, y de las referencias implícitas.

Deíctico	Primer debate		Segundo debate	
	Rajoy	Rodríguez Zapatero	Rajoy	Rodríguez Zapatero
<i>Yo</i>	56	11	48	12
<i>Nosotros</i>	6	19	10	14
<i>Implícito singular</i>	14	13	16	8
<i>Implícito plural</i>	7	75	7	38

El cuadro permite comprobar la preferencia del candidato del Partido Popular por una singularización de su presencia, mediante el uso del pronombre “yo” (104) antes que el plural mayestático. De hecho, hay que resaltar que en una de las menciones del “nosotros”, no se refiere a su partido político o su colectivo de votantes y seguidores, sino a España en general. Rodríguez Zapatero, por lo contrario, se presenta en el discurso mediante la forma plural de la primera persona, no tanto de manera directa, sino de manera indirecta mediante el nosotros implícito. Así, se observa que utiliza el

<sup>9</sup>. Para MARTÍNEZ ALBERTOS (1989:70): “el lenguaje esotérico y perifrástico de los políticos se contagia inevitablemente a los profesionales de la comunicación periodística. Y el resultado último es que, consciente o inconscientemente, así se defrauda a los ciudadanos en su legítima expectativa...”.

<sup>10</sup>. Para las figuras retóricas hemos tenido en cuenta las obras de Bice MORTARA GARAVELLI (1991) y Jean DUBOIS et al (1979).

“hemos” acompañado de un participio en 113 ocasiones, en contraste con solo 14 de Mariano Rajoy.

El estudio de los deícticos también nos da la oportunidad de ver la insistencia con que los candidatos se dirigieron a sus opositores, tanto de manera personalizada, o más general.

Deíctico	Primer debate		Segundo debate	
	Rajoy	Rodríguez Zapatero	Rajoy	Rodríguez Zapatero
<i>Tú</i>	0	0	0	0
<i>Usted</i>	121	54	137	33
<i>Ustedes</i>	6	49	21	22

La tabla permite ver que Mariano Rajoy se dirigió en más de 250 ocasiones de manera directa a Rodríguez Zapatero individualizándolo y tan solo en 27 refiriéndose a los socialistas que se hallan en el poder. El presidente de Gobierno ha sido más parejo con la distribución de los pronombres a la hora de hablarle a su opositor.

## 2.2. Estructuras repetitivas (anáforas)<sup>11</sup>

El recurso a las anáforas y la presencia insistente de determinados términos pretenden propiciar la persuasión al televidente, porque refuerzan la posición del candidato con la certidumbre en sus propuestas y la elegancia en su expresión. La repetición –empleada moderadamente y distribuida de forma uniforme– puede otorgar una función de seguridad y contundencia al discurso. En el caso del presente debate televisado, las estructuras repetitivas tuvieron mayor impacto en la secuencia inicial y final del mismo.

En el primer debate, Rodríguez Zapatero recurrió mucho a las anáforas (en diez ocasiones de su discurso), número que largamente superó a las empleadas por Rajoy (sólo tres veces), quizá consciente que era necesario subrayar de forma machacona los logros y metas de su administración. Podemos identificar varias clases de estructuras repetitivas de este en la intervención del 25 de febrero: la incidencia de “palabras clave”, oraciones negativas, deícticos y aquellos basados en preposiciones y frases. Las “palabras clave” de Zapatero (a las que nos referiremos después más ampliamente) aparecen en la introducción, a fin de recordar las principales premisas de su mandato: “España”, “país” y “proyecto”. Por lo tanto, no sorprende que el líder del PSOE haga confluír las palabras “España” y “proyecto” en una misma frase:

“Vengo a pedir el respaldo para un *proyecto* que está en pleno desarrollo, un *proyecto* ambicioso para *España*, que necesita cuatro años más; un *proyecto* para una *España* próspera y una *España* decente”. (D1-Z)<sup>12</sup>

<sup>11</sup>. Aunque la anáfora se refiere especialmente a la “repetición de una o más palabras al comienzo de enunciados sucesivos, o de sus segmentos” (MORTARA, 1991: 228), nosotros la tomamos en un sentido lato.

<sup>12</sup>. Para ubicar lo más exacta y rápidamente las citas utilizaremos las siguientes abreviaturas: D1 (primer debate, el del 25 de febrero) y D2 (segundo, el del 3 de marzo); Z (intervención de Rodríguez Zapatero) y R (la de Mariano Rajoy). La cursiva de las citas es nuestra y su utilización tiene como fin subrayar las palabras concretas que ejemplifican los puntos que presentamos.

A continuación, Zapatero apela a un ideal de “país” que se ha logrado plasmar y desarrollar en España, gracias a su gestión:

“España es *un país* que se ha convertido en la octava potencia económica del mundo [...] *un país* que atiende a los jóvenes [...] *un país* que apoya a los mayores, *un país* que defiende a las mujeres [...] *un país* que se preocupa por atender a las personas [...] *un país* que ha trabajado con diálogo social [...] *un país* que apoya a los más necesitados”. (D1-Z)

La reiteración de oraciones negativas estuvo dirigida a atacar directamente a Rajoy (como líder opositor en el Congreso de Diputados) y a la ideología de su partido, haciendo referencias al mandato de José María Aznar:

“Usted mismo, señor Rajoy, que es una barrera *que no* se puede traspasar en democracia [...], *que no* ha dado respaldo al Gobierno [...], *que no* ha dudado en utilizar el terrorismo [...], *que no* ha dudado en utilizar el dolor”. (D1-Z)

“*No han apoyado* la ley que elimina los trámites farragosos del divorcio; *no han apoyado* la ley que amplía derechos individuales [...]; *no han apoyado* ninguna ley de ampliación de derechos de los ciudadanos”. (D1-Z)

La presencia del “yo” retórico le sirvió a Zapatero para recriminar la gestión ministerial de Rajoy durante el gobierno de Aznar, así como insuflar sus logros políticos en los últimos cuatro años y la voluntad política para seguir dirigiendo su “proyecto nacional” hasta el 2012:

“Hace cuatro años *pedí el voto* para que volviéramos a la legalidad internacional [...]; *pedí el voto* para incrementar la prosperidad y el bienestar de España [...]; *pedí el voto* para incrementar las pensiones mínimas [...]; *pedí el voto* para incrementar el salario mínimo [...]; *pedí el voto* para avanzar en la igualdad de las mujeres [...]; *pedí el voto* para atender a los más necesitados”. (D1-Z)

En cambio, Rajoy apostó por las anáforas con fuerte presencia de deícticos y pronombres, con la finalidad de aumentar la carga acusatoria contra su rival:

“*Pregunte a los españoles* por los precios; *pregunte a los españoles* que están perdiendo su puesto de trabajo y *pregunte a la gente* que va a pedir un crédito al banco y no lo recibe”. (D1-R)

“*Yo no he dicho* nunca que la transición se hizo mal, y que España no estaba cuajada, eso *lo ha dicho usted*. *Yo no he dado* a entender a los nacionalistas que me proponía arrejuntar España, *lo ha dicho usted*”. (D1-R)

En el siguiente ejemplo, Rajoy apela insistentemente a las frases interrogativas, a fin de resaltar la ambigua y variable política del presidente del gobierno. “Zapatero” juega en este contexto como una figura contradictoria y falsa:

“¿A qué *Zapatero* hay que apoyar? ¿*Al Zapatero* que hace un año dice que ANV es legal o *al Zapatero* ahora, que quiere ilegalizarlo? ¿*Al Zapatero* que deja pasear a De Juana Chaos? [...] ¿*Al Zapatero* que dice que Otegui es un hombre de paz? [...] ¿*Al Zapatero* que dice, mire usted leo ‘No voy a hablar de política

con ETA' o *al Zapatero* que dice 'hablamos de política con ETA'? ¿O *al Zapatero* que dice después del atentado de la T4 'No vamos volver a hablar con ETA nunca más'? (D1-R)

Sin embargo, en el segundo debate, los papeles se invertirán. Rajoy emplearía en seis secuencias de su discurso estructuras repetitivas, frente a solamente tres de Zapatero, quien se centró más en el empleo de los esquemas ponderativos, que veremos más adelante. Tal como sucedió el 25 de febrero, Rajoy siguió empleando en el segundo "cara a cara" los deícticos acusatorios de forma constante, a fin de socavar el cierto éxito que obtuvo Zapatero en el primer debate, con el uso de los mismos:

"Señor Zapatero, mintió usted a los españoles, *primero me engañó* a mí como jefe de la oposición, *luego engañó* al Congreso de los Diputados, y *luego engañó* al conjunto de los españoles. Sí que lo *engañó*, después de la T-4". (D2-R)

"*Usted mintió* a los españoles cuando dejó que el Partido Comunista de las Tierras Vascas, ETA, se presentara a las elecciones. *Usted mintió* a los españoles cuando dejó que una parte de ANV se presentara a las elecciones. *Usted mintió* a los españoles cuando dejó que Juana Chaos se diera paseos por San Sebastián [...] *Usted mintió* a los españoles cuando calificó al señor Otegui como un hombre de paz [...] *Usted mintió* a los españoles cuando dijo que nunca hablaría de política con ETA". (D2-R)

Atacar la credibilidad de Zapatero, indicando la posición dubitativa del líder socialista frente a la banda terrorista ETA, no fue el único objetivo de Rajoy. Las repeticiones le sirvieron, además, para dramatizar la situación económica de los españoles:

"Hay una mayoría de españoles que no lo están pasando bien. *Cuando hablamos de* que crece el paro, estamos hablando de personas que tienen sentimientos [...]. *Cuando hablamos de* la subida de los precios, también hablamos de personas [...] *Cuando hablamos de* hipotecas también hablamos de personas". (D2-R)

"Las personas que vienen de fuera tienen derechos, pero los españoles también tienen derechos y *a la hora de* ir a una plaza escolar, *a la hora de* ver qué se puede hacer con las becas de comedor, *a la hora de* ir a la sanidad pública, *a la hora de* buscar viviendas, pues algunos españoles se pueden ver perjudicados". (D2-R)

Sin duda alguna, la referencia más emotiva de Rajoy en el primer debate fue la que se centró en la niña. El líder del Partido Popular hizo reaparecer constantemente esta figura metafórica al final de su segundo discurso, como una respuesta estoica a las críticas y parodias de las que fue objeto:

"El otro día hablé de una niña. En *esa niña* pienso, en *esa niña* que va a crecer, que tiene que estudiar, que quiere tener una vivienda. *Esa niña* está en mi cabeza, *esa niña* es la que mueve mi sentimiento y mi corazón. *Esa niña*". (D2-R)

### 2.3. Esquemas ordenadores y ponderativos

Con la finalidad de lograr mayor coherencia, orden y secuencia lógica a las

propuestas y planes de gobierno, el candidato puede emplear grupos de palabras a fin de segmentar el discurso, jerarquizar el contenido más importante y luego disponer adecuadamente de los secundarios. Aparentemente, resulta sorprendente que sólo Rajoy haya apelado a los esquemas ordenadores en el primer debate, si consideramos que era el candidato retador.

“Algunos nos dirán que hay cosas que están *bien*; otras, *regular* y en los últimos tiempos hay cosas que están *mal* y otras *muy mal*. Eso se comprende, porque en los últimos tiempos han subido los precios, las hipotecas, el desempleo” (D1-R).

Consciente de que el ataque debe ser preciso y efectivo, Rajoy evitó acusaciones “en cascada”, prefiriendo las parejas de acusaciones:

¿Qué ha hecho el señor Zapatero? [...] Ha hecho *dos cosas*: se ha centrado en dos cosas y las dos las ha hecho mal: la estructura de España y los tratos con ETA. Ha querido modificar por su cuenta el modelo de Estado y ha querido negociar con los terroristas por su cuenta” (D1-R).

“Usted ha dicho *dos mentiras*: la primera sobre mi gestión en las becas [...]. En el tema de la dependencia, nosotros hemos apoyado la ley” (D1-R).

En el debate del 3 de marzo, la aparición de esquemas ordenadores y ponderativos se equilibró en ambos discursos, probablemente para cobijar mayor número de proyectos de trabajo que se iban a realizar en el gobierno. Tanto Rodríguez Zapatero como Rajoy las emplearon en cuatro oportunidades. El primero las empleó exclusivamente para enumerar sus propuestas; el segundo, para refutarlas y brindar nuevas alternativas de solución a las más problemáticas. Las ponderaciones de Zapatero fueron muy claras y tradicionales, con referencias cardinales:

“Vamos a poner en marcha una batería de acciones para la reactivación económica [...]. *Primera acción*: adelanto del Plan de Infraestructuras [...]. *Segundo*: la construcción de 150.000 viviendas [...]. *Tercero*: planes de reciclaje y recolocación para los parados [...]. *Cuarto*: devolución del IRPF de 400 euros por contribuyente [...]. *Quinto*: extensión gratuita del plazo de hipotecas [...]. *Sexto*: propiciar un acuerdo con el sector de la distribución” (D2-Z).

“Nuestra política de inmigración tiene un principio: sólo pueden venir y quedarse los que puedan trabajar de acuerdo con la ley [...]. Y eso hay que hacerlo en *tres frentes* [...]: *Primero*, que no salgan de sus países de origen personas empujadas por la desesperación. *Segundo*, que el control de fronteras impida la entrada de inmigrantes que no tengan un contrato de trabajo garantizado. Y, *tercero*, que se pueda devolver a los países de origen a las personas que entran ilegalmente aquí” (D2-Z).

La ordenación de las frases de Rajoy cumplió la función principal de rebatir los enunciados de su rival, colocando las suyas como alternativas más efectivas:

“Si quiere hacer una política de precios, le voy a decir *cuatro cosas* que a mí me parecen muy importantes: *reduzca* el gasto público por debajo del crecimiento nominal [...]; *establezca* competencia en los mercados [...]; *haga* reformas

económicas y una auténtica política económica [...]; y *cuiden* aquellos precios que son regulados” (D2-R).

“¿Sabe usted que es lo más importante para que podamos tener una buena política social? *Primero*, que haya una buena política económica [...] *En segundo lugar* hay un peligro, que es la inmigración desordenada” (D2-R).

### 3. Análisis: nivel semántico

#### 3.1. Eufemismos

Los eufemismos estuvieron muy presentes en los debates, pero su uso fue más significativo en las intervenciones de Rodríguez Zapatero que en las de Rajoy. La posición que ocupa Rajoy en los debates fue la de candidato de la oposición que interroga al gobierno sobre actuaciones de su legislatura para poner de manifiesto deficiencias o inconsistencias. Esto hizo que tendiera a llamar a las cosas por su nombre. Zapatero se inclinó por presentar situaciones complicadas o de alta sensibilidad social de una forma sutil para minimizar el impacto en el espectador. Veremos algunos casos.

Zapatero trata el tema de la Ley de Dependencia obviando la palabra “discapacitados”,

“Un país que defiende a las mujeres, con la histórica ley de igualdad; un país que se preocupa por atender a las personas *que no pueden valerse por sí mismas* con la Ley de la Dependencia”. (D1-Z)

En el tema de la eutanasia Zapatero eludió nombrarla y utilizó otros términos:

“Todas las personas tienen derecho a recibir un adecuado tratamiento del dolor y *cuidados paliativos integrales* y a *vivir con dignidad el proceso de su muerte*” [...]. Y aquí, en Madrid, en el Severo Ochoa, a los profesionales que practicaban los *cuidados paliativos* los han querido encarcelar: esa es su actitud de discordia”. (D1-Z)

Los debates tuvieron lugar en un momento en que las previsiones de crecimiento económico presentaban un panorama mundial, europeo y nacional poco favorable, pues en los mercados se hablaba de recesión e incluso de crisis. Zapatero evitó la palabra “crisis”:

“Esta noche, me propongo explicar cuál es mi proyecto para los próximos cuatro años, para un país que debe continuar creciendo económicamente, que juntos empresarios, sindicatos y Gobierno podemos superar un momento de *desaceleración económica* que vive España *en un contexto mundial*” (D2 -Z).

Rajoy se refirió al paro con la palabra “desempleo”, en un contexto en que para sus objetivos hubiera sido más contundente utilizar directamente aquel término.

“Eso se comprende, porque en los últimos tiempos *han subido los precios, las hipotecas, el desempleo* y hay muchos españoles que tienen muchas dificultades *para llegar a fin de mes*”. (R-D1)

El tema del terrorismo y la participación española en la guerra de Irak durante el

gobierno de Aznar fueron dos de los principales temas tratados durante esta última legislatura y, por tanto, durante los debates. Rodríguez Zapatero hizo referencia al término “movimiento de liberación nacional vasco” utilizado por Aznar para denominar a ETA.

“Señor Rajoy, yo apoyé al señor Aznar que dijo que ETA era el *Movimiento de Liberación Nacional Vasco*, que es la afirmación política más grave que yo he oído en democracia”. (D1-Z)

### 3.2. Metáforas

Ambos candidatos recurrieron constantemente al empleo de metáforas en los distintos temas del debate. Cuando se planteó el tema de la inmigración, Rajoy aludió el “efecto avalancha” para referirse a la política de regularizaciones del presidente.

“Esto es una *avalancha*. Usted no ha hecho más que complicar las cosas, provocando hace tres años un ‘*efecto llamada*’ que se oyó en todo el mundo”. (D1-R)

Rajoy hizo alusión a la desidia del gobierno en temas económicos, presentándola con una metáfora, Rodríguez Zapatero replicó con otra metáfora en el mismo sentido.

“Usted no le ha *dado cuerda al reloj y el reloj se ha parado*. ¿Sigue usted manteniendo que la situación económica de España está mejor que nunca?”. (D1-R)

“Hace alusión usted a que hay que *dar cuerda al reloj* de la economía. No se han enterado, pero ahora *los relojes van a pilas* y nosotros hemos *cargado las pilas de la economía*”. (D1-Z)

En los dos debates Rajoy presentó la situación de la economía familiar, empleando símiles:

“Hay muchos españoles que tienen muchas dificultades para llegar a fin de mes y tienen que *apretarse, y mucho, el cinturón*”. (D1-R)

Zapatero empleó el mismo recurso para subrayar la bonanza económica:

“A pesar de la *desaceleración* seguiremos creciendo, porque tenemos una *buena salud* de las cuentas públicas, porque hemos creado tres millones de empleos”. (D1-Z)

Tanto Rajoy como Rodríguez Zapatero utilizaron metáforas para referirse a la situación de los nacionalismos y al concepto del Estado que manejan ambos partidos. Rajoy achacó a Zapatero que no tenía una idea clara de Estado y que con sus actuaciones estaba perjudicando el modelo vigente desde la Constitución. Zapatero recurrió a expresiones metafóricas, empleadas por miembros del PP, que presentaban la situación de modo catastrófico para España. Rajoy le contestó con expresiones metafóricas de miembros del PSOE en la misma línea:

“Decía usted que es que quería integrar a los nacionalistas en el sistema, a costa de echar a la mitad de la población española. Pues no lo ha conseguido, los ha radicalizado y, en muchos casos, *los ha mandado al monte*”. (D1-R)

“¿Sabe usted quién dijo que en España *se estaba centrifugando el Estado*? Felipe González. ¿Que *se ha abierto el melón del Estado* sin saber adónde va? El señor Leguina. ¿Que lo que está pasando en España se parece a la disolución de la Unión Soviética? Alfonso Guerra. ¿Que ‘*el Estado se está fragmentando*’? El señor Leguina”. (D1-R)

Con la finalidad de resaltar el carácter democrático del PSOE, Zapatero empleó una frase que describiese su “solidez” institucional:

“Usted se atreve a hablar de nuestro modelo de España, de los consensos constitucionales. ¡Pero si el PSOE es el *eje central de la democracia* en España...!” (D2-Z)

Él mismo utilizó una metáfora para reflejar la situación crítica e inestable en Irak.

“Ya hemos visto el resultado. Irak se ha convertido en *campo de concentración* del terrorismo internacional”. (D2-Z).

Rajoy echó mano a una metáfora conocida para ilustrar los desaciertos del Gobierno:

“Usted ha actuado como *aprendiz de brujo*, no ha hecho caso a nadie de las muchas personas dentro de su propio partido que conocían bien este tema”. (D2-R)

Rajoy cerró su participación en los debates con la metáfora de la “niña española”, a fin de resumir su percepción personal del futuro que aguarda a España. Tal figura metafórica generó burlas posteriores, pero lo que pretendía el líder del PP era tocar la fibra sensible de los espectadores, ya que siempre es más emotivo hablar de “niñas” que de “niños” y, además, le ayudó a incidir en el tema de la igualdad, puesto que históricamente las mujeres se han encontrado más desprotegidas socialmente:

“Yo quiero que *la niña que nace en España* tenga una familia, y una vivienda, y unos padres con trabajo. Esto es lo mínimo que debemos exigirnos para todos. Una familia, una vivienda y unos padres con trabajo. [...] Eso es lo que quiero. Esto y todo lo que esto lleva implícito. ¿Y por qué no? Nada nos impide lograrlo, podemos hacerlo si quieren que caminemos juntos” (D1-R).

### 3.3. Palabras símbolo

La importancia de las “palabras símbolo” en el discurso político radica en que señalan conceptos, hechos y emociones, tanto de carácter social como político, en una determinada etapa histórica. Por alguna razón contienen una carga de significado muy superior a la que han venido usufructuando en los tiempos anteriores en el uso que le confiere el hablante normal (“consenso”, “revolución”, “libertad”) o encierran conceptos abstractos que se dan por sentados sin excesiva explicitación (“patria”, “pueblo”).

La combinación coloquial de las “palabras símbolo” (“mensaje fuerza” o reclamo) puede llegar a convertirlas en eslóganes, como “La fuerza del cambio” o “España va bien”. Un político competente sabe de la importancia de todo ello y utiliza a conciencia este recurso para conseguir sus fines. López Quintás señala que “hay

términos cuyo simple uso, al ser aceptado por el interlocutor, lleva consigo una victoria” (López Quintás, 1979: 145). En el discurso político estas palabras que pueden ser denominadas como “palabras símbolo”, resumen hechos sociales y políticos y encierran conceptos de difícil comprensión. A continuación se exponen algunos ejemplos extraídos de los dos debates analizados.

### 3.3.1. Nación<sup>13</sup>

Entre los posibles términos que pueden ser utilizados para designar a España (patria, nación, país, Estado), no encontramos que acudiera en ninguna ocasión al primero, el que conlleva una serie de connotaciones bien conocidas y con fuerte marca ideológica. ‘Nación’ parece el más aséptico. Es el que prefiere Rajoy, mientras observamos que Rodríguez Zapatero muestra una manifiesta inclinación por “país” (siempre tenida por más progresista). En el primer debate, Mariano Rajoy habló de nación en seis ocasiones, y José Luis Rodríguez Zapatero en una. Rajoy la utilizó para hablar de España, mientras que Rodríguez Zapatero lo hizo para señalar a la “nación vasca”. En el segundo debate, la palabra “nación” es mencionada en cinco ocasiones, todas ellas por el candidato del PP. Cuatro de ellas en la exhortación final, en la que propone sus deseos para España.

### 3.3.2. País<sup>14</sup>

En el primer debate, los candidatos se han referido al “país” en 35 ocasiones. 29 de esas menciones provienen del candidato del PSOE, y solo seis de Mariano Rajoy. En el segundo debate Rodríguez Zapatero también es el candidato que más veces utiliza la palabra, en doce ocasiones, aunque disminuye notablemente su recurrencia. La primera referencia de Rajoy a “país”, refiriéndose a España, es la siguiente: “Usted no tiene ninguna idea de España, usted se presenta aquí con gráficos para el año 2020 pero usted no tiene una idea de su país ni de la igualdad entre los ciudadanos de su país, ni de la solidaridad, ni de la cohesión... de eso no tiene una idea”.

### 3.3.3. Transición y consenso

El período histórico en el pasado español que ha sido sustantivado como “transición” supone una instancia en la que ambos partidos políticos estuvieron representados en la consecución de un consenso que permitió la gobernabilidad democrática. En el primer debate Mariano Rajoy se refirió en dos ocasiones a la transición, mientras que el presidente de Gobierno lo hizo en una. Una de las ocasiones en las que es utilizada por el candidato del PP, es acompañada por la palabra “consenso” (“Consensos de la Transición”). “Consenso” es mencionada solo una vez más a lo largo del debate, cuando Rodríguez Zapatero menciona que su partido ha

<sup>13</sup> No tomamos en cuenta las referencias al debate del Estado de la Nación, que supone un concepto claramente distinto. Tampoco los comentarios sobre naciones, ya que fue empleado una sola vez en cada debate.

<sup>14</sup> No se incluye en esta descripción las utilizaciones del plural “países”, ya que no tienen carga ideológica, ni los usos de “país” como parte de compuesto (País Vasco). Tampoco aquellas en las que país no se refiera a España. Ejemplo: ¿Puede medirse objetivamente el bienestar de un país?

participado en todos los que se han producido. En cambio, en el segundo debate el Presidente habla en cinco ocasiones de consenso, aunque cuatro en una misma enunciación. Rajoy en solo una, durante su exhortación final. Transición es mencionada en una sola ocasión durante el segundo debate, por el candidato del PSOE.

### **3.3.4. Progreso y desarrollo**

Tanto progreso como desarrollo son términos susceptibles de polisemia, que pertinentemente contextualizados tiñen el discurso con un sentido positivo (López Quintás, pp. 149-151), aunque evidentemente ya no tienen la misma relevancia que en otras épocas. Progreso es usado sólo una vez en cada debate, ambas ocasiones por Rodríguez Zapatero. Mientras tanto, desarrollo es rescatado cuatro veces en el primer debate, todas por Rodríguez Zapatero, y diez en el segundo, dos de ellas por Mariano Rajoy.

### **3.3.5. Cambio**

La noción de cambio tiene a lo largo del debate un uso casi excepcional vinculado al cambio climático. La palabra aparece ocho veces tanto en el primer debate como en el segundo, y seis veces en cada uno de ellos aparece junto con el adjetivo climático. En el primer debate el candidato popular la menciona tres veces (dos como cambio climático), y el socialista cinco (cuatro como cambio climático). En el segundo, el primero lo hace solo dos (una de ellas vinculada al clima) y el segundo seis (cinco relacionadas con el cambio climático).

### **3.3.6. Igualdad y libertad**

Los valores consagrados en la revolución francesa son espacios lingüísticos fácilmente apelables en la búsqueda de una reacción positiva. En ninguno de los dos debates aparece “fraternidad”, aunque igualdad y libertad aparecen en numerosas ocasiones. En cuanto a igualdad, en el primer debate el candidato del PSOE la menciona seis veces (todas ellas referidas a la que se establece entre hombre y mujer), mientras que el del PP tres (ninguna referida a ese tema). En el segundo debate ambos hablan de igualdad (o desigualdad) en cuatro ocasiones. En dos de sus intervenciones, Rodríguez Zapatero se refiere a hombres y mujeres.

La presencia de libertad (tanto en su uso singular como plural) es menor que la de igualdad. En el primer debate Rodríguez Zapatero menciona la palabra en cinco ocasiones, mientras que Rajoy lo hace en dos, ambas durante su exhortación final. En el segundo debate, sólo es mencionada dos veces por el candidato del PSOE y una por el del PP. Hay que resaltar, pese a que por cuestiones metodológicas no se incorpora en la tabla, que Mariano Rajoy en ambos debates habló de “ciudadanos libres e iguales”, aludiendo directamente tanto a la libertad como a la igualdad (una en el primero, y dos en el segundo).

### 3.3.7. Derecho<sup>15</sup>

La palabra derecho, en su forma singular o plural, ha sido mencionada en 21 ocasiones durante el primer debate, y en 17 durante el segundo, con la particularidad de que quien la mencionó más en el primer debate, fue el que menos lo hizo durante el último. Mientras que durante el primer cara a cara el presidente de gobierno habló de los derechos (tanto de individuos como de colectivos) en 13 oportunidades, durante el segundo lo hizo en cinco. Por el contrario, Rajoy pasó de ocho menciones en el primero, a 12 en el segundo.

Palabra símbolo	Primer debate		Segundo debate	
	Rajoy	Rodríguez Zapatero	Rajoy	Rodríguez Zapatero
<i>Nación</i>	6	1	5	0
<i>País</i>	6	29	7	12
<i>Tradición y consenso</i>	3	2	1	6
<i>Progreso y desarrollo</i>	0	5	2	9
<i>Cambio</i>	3	5	2	6
<i>Igualdad y libertad</i>	5	11	5	6
<i>Derechos</i>	8	13	12	5

### 3.4. Esloganes

La combinación coloquial de palabras símbolos, destacadas en este trabajo o no, permiten la formulación de esquemas estratégicos de carácter prestigioso (López Quintás, pp. 148-151). A continuación lo ilustraremos con algunos ejemplos:

-“*Yo creo que España es un gran país, una gran nación, una nación de ciudadanos libres e iguales*”: En esta afirmación, utilizada por Mariano Rajoy en su exhortación final del segundo debate, se hacen presentes cuatro de las palabras símbolo antes descritas.

-“*Un país en convivencia, con más derechos para todos, y un país unido*”: Este deseo de José Luis Rodríguez Zapatero combina país con derechos, y también otras dos variaciones de palabras que bien pueden ser consideradas símbolo: convivencia y unidad.

-“*Un país que defiende a las mujeres con la histórica ley de la Igualdad*”: En esta formulación del líder socialista puede considerarse palabra símbolo el adjetivo histórica, para la conformación de un afán con alta carga de emotividad, sobre todo a partir de la fuerza positiva del verbo “defender”.

-“*Igualdad de derechos, oportunidades y obligaciones*”: Este eslogan de Mariano Rajoy permite la matización de obligaciones, posiblemente con carga negativa, a partir de la unión con otras como igualdad, derechos y oportunidades.

-“*Hay también más derechos y libertades*”: José Luis Rodríguez Zapatero presenta esta aseveración a partir de la unión de dos de las palabras estudiadas, antes de ilustrar algunos de los aspectos que considera logros de su gobierno.

<sup>15</sup> Para esta consideración no se analizarán las menciones al Estado de Derecho, u otras similares referidas a la ciencia del Derecho, ya que no se refiere a derecho como facultad del ciudadano.

-“*Quiero que sea un heraldo de la libertad, de la tolerancia y de los derechos humanos*”: Mariano Rajoy enuncia este eslogan al ilustrar sus deseos para España encarnados en la metáfora de la niña.

-“*Usted no tiene una idea de su país ni de la igualdad entre los ciudadanos de su país, ni de la solidaridad, ni de la cohesión*”: En esta combinación de palabras símbolo Rajoy formula una acusación mediante una estructura verbal que bien puede ser considerada eslogan. Y es que estos no solo sirven, como nos ilustra este caso, para la proposición propia.

-“*(El PSOE) ha estado en todos los consensos desde la transición democrática*”: Rodríguez Zapatero ensalza su partido a partir de esta afirmación, que hace referencia a la inflexión histórica de la transición, con todo el prestigio que tiene entre nosotros.

### 3.5. Valoración de la sufijación

Para no ser excesivamente prolijos omitimos los comentarios a sufijos y prefijos y nos limitamos a cuantificar los que son utilizados por ambos candidatos en los debates. La búsqueda da como resultado la siguiente tabla.

Sufijo	Primer debate		Segundo debate	
	Rajoy	Rodríguez Zapatero	Rajoy	Rodríguez Zapatero
Anti-	4	2	2	3
Auto-	2	5	7	3
Co-	0	11	1	9
In-	34	38	33	37
Inter-	4	5	7	2
Infra-	0	1	5	3
Macro-	4	0	0	0
Pre-	8	2	10	12
Re-	5	28	17	22
Sobre- Sub-	0	1	0	1
-ismo	2	1	1	1
-ista	4	6	2	8
-dad	36	48	59	67

Otras palabras empleadas con el sufijo (que normalmente encarnan valores) han sido:

• **Primer debate:**

• **Rajoy:** “verdad”, “necesidad”, “igualdad”, “competitividad”, “sanidad”, “realidad”, “oportunidad”, “calidad”, “autoridad”, “frivolidad”, “dignidad”, “infinidad”, “posibilidad”, “densidad”, “sociedad”, “tranquilidad”.

• **Rodríguez Zapatero:** “igualdad”, “sanidad”, “seguridad”, “humildad”, “tranquilidad”, “necesidad”, “productividad”, “credibilidad”, “maternidad”, “paternidad”, “realidad”, “oportunidad”, “solidaridad”, “conflictividad”, “velocidad”, “dignidad”, “profesionalidad”, “unidad”, “prioridad”, “capacidad”, “posibilidad”, “prosperidad”, “legalidad”, “calidad”.

• **Segundo debate:**

- **Rajoy:** “realidad”, “igualdad”, “prioridad”, “enfermedad”, “productividad”, “necesidad”, “sociedad”, “saciedad”, “sanidad”, “credibilidad”, “dignidad”, “solidaridad”, “oportunidad”, “calidad”, “autoridad”, “posibilidad”, “barbaridad”, “falsedad”, “humildad”.
- **Rodríguez Zapatero:** “estabilidad”, “precariedad”, “igualdad”, “veracidad”, “prioridad”, “necesidad”, “calidad”, “credibilidad”, “paternidad”, “maternidad”, “sanidad”, “siniestralidad”, “seriedad”, “criminalidad”, “sociedad”, “dignidad”, “rotundidad”, “velocidad”, “capacidad”, “intimidación”, “representatividad”, “irresponsabilidad”, “comunidad”, “actividad”, “autoridad”, “oportunidad”, “competitividad”, “legalidad”, “diversidad”, “sensibilidad”.

#### 4. Conclusión provisional

Es evidente que unos discursos de esta naturaleza, aunque se articulen a través de una forma más plausible para los espectadores, como es el debate, no es algo improvisado (no solamente en cuanto a los temas, sino también en lo que respecta a las maneras). Los participantes se encerraron durante los días previos para estudiar el mensaje que deseaban hacer llegar a sus oyentes, pero en este terreno la intención final no se diferencia en gran medida de los modos concretos como se transmite el mensaje. No estamos seguros de que el público atienda a los contenidos, porque una gran parte no pasa más allá de las acusaciones mutuas, de las descalificaciones o la forma de dirigirse al adversario. Por tanto, buena parte de lo que se estudia y prepara para las intervenciones viene determinado por la conciencia de esta realidad, lo que a grandes rasgos significa una descalificación del auditorio.

Para llegar a conocer de fondo lo que se esconde detrás de unos discursos como los que aquí analizamos, deberíamos ampliar las figuras y líneas estudiadas, al tiempo que entraríamos directamente a analizar y precisar las aportaciones retóricas de carácter argumentativo. Desgraciadamente esto supera los generosos márgenes que ya se nos han ofrecido en esta revista, por lo que será fruto de un trabajo posterior.

#### 5. Referencias bibliográficas

ALVAR, Manuel

1991: “Lenguaje político: el debate sobre el Estado de la Nación”, en *Lingüística española actual*, XIII/1, Madrid, 1991 (pp. 5-46).

BERROCAL, Salomé

2001: “Comunicación e información televisiva”, en G. GALDÓN (coord.): *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona, Ariel.

2003 (coord.): *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona, Ariel.

DUBOIS, Jean et al

1979: *Diccionario de lingüística*. Madrid, Alianza Editorial.

FREEDAM, Adam

2008: “The Object of His Rejection”, en *The New York Times*, 2 de marzo de 2008.

GALLEGO-DÍAZ, Soledad

2008: "Nunca es tarde para cambiar", en el *El País*, 27 de febrero de 2008, p. 15

GÓMEZ, Rosario G.

2008: "Todo listo para un debate con 50 condiciones", en el *El País*, 25 de febrero de 2008, p. 20.

LIM, Elvin T.

2002: "Five Trends in Presidential Rethoric: An Análisis of Rethoric from George Washington to Bill Clinton", en *Presidential Studies Quarterly* 32 (2), junio de 2002, pp. 328-348.

LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso

1979: *Estrategia del lenguaje y manipulación del hombre*. Madrid, Narcea Ediciones.

LUQUE, Teodoro

1996: *Marketing político. Un análisis del intercambio político*. Barcelona, Ariel.

MARÍN, Benjamín

2003: "Debates electorales por televisión", en S. BERROCAL (coord.): *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona, Ariel.

MARTÍN, Lourdes

2002: *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona, Paidós.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

1989: *El lenguaje periodístico*. Madrid, Paraninfo.

MCGUINNISS, Joe

1970: *Cómo se vende un presidente*. Barcelona, Península.

MORTARA GARAVELLI, Bice

1991: *Manual de retórica*. Madrid, Cátedra.

MUÑOZ-ALONSO, Alejandro y ROSPIR, Juan Ignacio (eds.)

1995: *Comunicación política*. Madrid, Universitas.

NIETO, Ramón

2000: *Lenguaje y política*. Madrid, Acento Editorial.

NÚÑEZ CABEZAS, Emilio A. y GUERRERO SALAZAR, Susana

2002: *El lenguaje político español*. Madrid, Cátedra.

NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis

1999: "Lenguaje del político, lenguaje del informador", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* nº 5. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 111-127.