

## CAPÍTULO XI

# LA FUERZA DE LAS PALABRAS. CONCEPTOS QUE GANAN ELECCIONES

**Aurora García González**

**Iria Darriba Freire**

*Universidad de Vigo*

### **1. Introducción**

La finalidad de este estudio fue realizar una demostración del poder que las palabras pueden llegar a tener en el contexto de la publicidad institucional o política. El marco de estudio fue la comunicación política en España, y el estudio se basó en los discursos de los líderes de las diferentes fuerzas políticas en 2015. La principal dificultad en el transcurso de este trabajo fue la celeridad con que se suceden los cambios y la multiplicidad de las informaciones. Esto constituía una traba a la hora de realizar los análisis de los discursos, ya que diariamente aparecían nuevas intervenciones de los diferentes líderes de cada partido. Y por otro lado, las principales fuerzas políticas sufrieron algunos cambios en el transcurso de la investigación.

Además, a la hora de analizar los discursos, sólo PP y PSOE poseían en su página web un espacio con todas sus intervenciones; mientras que tanto Podemos como Ciudadanos tan sólo almacenaban resúmenes de sus intervenciones públicas, por lo que el análisis de estos discursos resultó más complejo al tener que analizar el vídeo del discurso, y no disponer del material escrito.

### **2. Metodología**

En este estudio se ha realizado una investigación analítico-deductiva. Se trata de un proyecto de investigación básica que partió de la pregunta: ¿Juegan las palabras un papel clave en las campañas políticas actuales?

Para confirmar esta pregunta se formularon las siguientes hipótesis:

H1 El uso de la palabra para reforzar los conceptos generales juega un papel clave en el desarrollo de una campaña política.

H2 Todos los partidos políticos emplean técnicas discursivas como parte de la estrategia de su campaña

H3 El empleo de recursos retóricos potencia el contenido del discurso que se dirige al público

H4 Los partidos recurren a la fuerza de las palabras como eje de sus discursos

La investigación se planteó los siguientes objetivos:

Reflexionar sobre el tratamiento de los discursos en el panorama político español

Demostrar que las palabras son un elemento clave en las campañas políticas contemporáneas

Analizar las técnicas empleadas en algunos de los discursos políticos ligados a la historia de la democracia.

Analizar los discursos de las cuatro fuerzas políticas que participarán en las elecciones generales de 2015 en España

Para confirmar o refutar las hipótesis planteadas, se realizó un análisis del panorama político español, analizando el discurso de las cuatro fuerzas políticas que, encabezaron las elecciones generales de 2015. Se analizaron los discursos de los líderes de los diferentes partidos: Mariano Rajoy (Partido Popular), Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español), Pablo Iglesias (Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos).

El análisis se centró en el uso de técnicas discursivas, en la forma de emplear el lenguaje de los diferentes líderes, así como el uso de palabras clave o conceptos que ayudan a empatizar con el público y transmitir diferentes valores de una forma más expresiva.

### **3. Análisis de los discursos de los partidos en las elecciones de 2015**

Entre el 20 de noviembre y el 20 de diciembre de 2015 se celebrarán las elecciones generales en España, las duodécimas elecciones desde la Transición. Estas elecciones suceden a las pasadas elecciones de 2011, en las que el Partido Popular se proclamó ganador en un momento de crisis económica.

El panorama de campaña de 2015 plantea novedades y diferencias frente a las elecciones pasadas: partidos políticos que aparecen y otros que comienzan a perder su fuerza del pasado. Algo a lo que España no está acostumbrada ya que los partidos que lideraban no solían sufrir modificaciones. En 2015, según el informe CIS publicado en el mes de abril, los partidos que lidera son: Partido Socialista Obrero Español, Podemos, Partido Popular y Ciudadanos.

La aparición de nuevos partidos políticos con tan buenas previsiones es uno de los factores que caracteriza a estas elecciones de 2015: *“La irrupción de Podemos, la renovación del PSOE, el desgaste en el Gobierno del PP tras la peor crisis económica y los casos de corrupción que salpican a unos y otros marcan un año de elecciones en las que, por primera vez en mucho tiempo, no hay nada claro ni decidido de antemano. El bipartidismo imperante se ve amenazado.”* (Diario *El Mundo*, 14/05/2015)

De esta forma, según el informe del CIS del mes de abril, las próximas elecciones podrían dar comienzo a un gobierno de Podemos, liderado por Pablo Iglesias, del Partido Socialista de Pedro Sánchez, de Ciudadanos que lidera Albert Rivera, o podría continuar el gobierno de Mariano Rajoy, representante del Partido Popular.

### **3.1. Campaña 2015. Partido Socialista Obrero Español.**

El Partido Socialista se presenta a las elecciones de 2015 tras haber perdido las elecciones de 2011, con Alfredo Rubalcaba como líder del partido socialista, frente al Partido Popular, con un 25'32% de los votos frente al 41'89% que obtuvo el partido de Mariano Rajoy.

El Partido Socialista estuvo en el poder durante dos candidaturas, entre 2004 y 2011, cuando el descontento social producido por la crisis económica y la presión de la oposición por conseguir soluciones, llevaron al presidente José Rodríguez Zapatero a convocar unas elecciones anticipadas en noviembre de 2011.

Para las elecciones de 2015, el Partido Socialista Obrero Español presenta a un nuevo candidato a presidente del gobierno: Pedro Sánchez. Éste partido se ha visto obligado a realizar cambios internos para fortalecerse de cara a las elecciones de 2015: *“Cambiando el PSOE empezamos a cambiar España, esa es la convicción que me llevó a presentar mi candidatura a la Secretaría General y ese es el reto que tenemos por delante. Construir un nuevo socialismo para un tiempo nuevo que nos exige una forma de entender y practicar la política más abierta, más transparente, más participativa. Un proyecto reformista para una segunda transición económica y social que vea en la educación pública, la sanidad universal y la protección social lo que siempre han sido: un dique contra la injusticia y el mejor pilar de la competitividad.”* (Pedro Sánchez, Carta a la militancia; 16 de julio de 2014).

#### **a) Estructura del discurso.**

La estructura que sigue Pedro Sánchez en sus discursos refleja una estructura organizada pero mucho más sencilla y simple que la que encontramos en los discursos de Mariano Rajoy. El líder socialista comienza su discurso con una alusión amable a los presentes: *Compañeros y compañeras, Amigos y amigas*; o alude directamente al presidente de gobierno cuando se trata de actos oficiales: *Señor Rajoy*. Tras este breve saludo, suele dirigirse directamente al tema central y a sus argumentaciones, y para finalizar realiza el cierre del discurso también de una forma muy sencilla: *Gracias, Muchas gracias*. La parte central del discurso acostumbra a organizarse en base a la técnica de la repetición, es decir, utiliza siempre la misma frase

para comenzar la oración; esto permite organizar los puntos de los que se quiere hablar, así como aportar fuerza a sus palabras.

## b) Alusiones

Otra forma de dar fuerza a su discurso dirigir sus críticas al equipo de gobierno, ya que no sólo alude al presidente del gobierno, sino que se dirige de forma directa a la persona (ministro o no) que considera responsable de dicho acto:

*“Y ¿cómo es posible que en la sociedad del conocimiento haya más problemas todavía para acceder a una FP a distancia? ¿Cómo es posible señor Wert?”* (Debate presupuestos Generales del Estado; Madrid, 21 de octubre de 2014)

*“Señor Montoro, ambas realidades existen, el fraude fiscal y la pobreza infantil. Y lo indigno es su respuesta.”* (Debate presupuestos Generales del Estado; Madrid, 21 de octubre de 2014)

*“Con un ministro Montoro más preocupado por justificar y excusar el fraude del PP que por perseguirlo.”* (Comité Federal; Madrid, 28 de marzo de 2015)

*“Además, el Fondo en otro informe publicado recientemente, concluye que la desigualdad, las diferencias de ingresos, se reducen cuanto más fuerte es la negociación colectiva, señora Báñez; cuanto más formada está la población, señor Wert, y cuanto más fuerte es el Estado del Bienestar.”* (Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

Aunque también son constantes y mayoritarias, las alusiones directas al líder del Partido Popular: *“Vender rebajas de impuestos, aunque sea para unos pocos, y confiar en base a unas previsiones irreales que los ingresos fiscales van a aumentar, no es economía, es ficción. Ficción, señor Rajoy, de serie B, señor Rajoy, como la contabilidad de su partido.”* (Debate por los Presupuestos Generales del Estado; 21 de octubre de 2014); *“Con estas cifras Sr. Rajoy, ¿cómo pueden presumir de rigor presupuestario?”* (Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015); *“Sr. Rajoy, ¿usted que sabe de los españoles? ¿A qué españoles se refiere?”* (Debate sobre el estado de la nación; 24 de febrero de 2015). Así, de forma directa, dirige Pedro Sánchez sus críticas al presidente del gobierno, empleando también las preguntas retóricas de forma habitual en sus discursos.

Los discursos del Partido Socialista de cara a las elecciones de 2015 contienen muchas alusiones al pasado histórico socialista. De esta forma, Pedro Sánchez menciona en sus discursos a varios políticos socialistas de la democracia:

*“Mi organización es el partido de la izquierda transformadora, no conservadora. Como dijo una vez, Felipe González: ‘Otro mundo no es posible.*

*Sencillamente porque no hay otro. Así que debemos hacer mejor este mundo’.*” (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014)

*“(…) con proyectos y equipos renovados, y con las ganas de liderar de nuevo, como hicimos en 1982, la modernización de nuestra fiscalidad, educación, energía y mercado de trabajo.”* (Comité Federal; Madrid, 28 de marzo de 2015)

*“Los grandes avances de la Unión Europea a lo largo de la historia se produjeron con un canciller europeísta conservador alemán, Kohl, dos presidentes europeístas socialistas, Felipe González y Jacques Delors.”* (Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

*“Las horas de espera de cientos de miles de españoles que quisieron rendirle tributo me hacen creer que para modernizar España, debemos cambiar la política tal y como hicieron gigantes de la política como Adolfo Suárez, como Santiago Carrillo, como Tarradellas, junto a políticos de nuestra familia, políticos socialistas como Felipe González y Alfonso Guerra.”* (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista; 8 de enero de 2015)

*“El final de ETA del que hoy precisamente se cumple su aniversario. Son conquistas que tienen una sigla: las del Partido Socialista Obrero Español; y tienen también unos nombres propios, los de Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero.”* (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista; 8 de enero de 2015).

*“Lo hizo Felipe cuando nadie creía que el Partido Socialista estaba llamado a desempeñar un papel central en el futuro de España. Lo hizo también José Luis cuando la derecha quiso arrebatarnos todos aquellos derechos y libertades que habíamos conquistado durante estos últimos años de democracia.”* (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista; 8 de enero de 2015).

Menciona a Felipe González, expresidente del gobierno durante 13 años y líder del Partido Socialista; Alfonso Guerra, diputado y vicepresidente socialista; José Luis Rodríguez Zapatero, expresidente del gobierno; Adolfo Suárez, primer presidente del gobierno de la democracia y figura clave en la Transición Española; Santiago Carrillo, militante del Partido Socialista y figura relevante de la oposición al franquismo y de la Transición; también menciona el año 1982, fecha en la que se celebraron elecciones generales en las que el PSOE ganó por amplia mayoría absoluta al partido que entonces se denominaba Alianza Popular. Con estas referencias a diferentes representantes del socialismo, Pedro Sánchez trata de realizar una transfusión del éxito que el socialismo cosechó en el pasado, así como de sus valores, hacia el presente, ya que la pérdida de las elecciones de 2011 frente al Partido Popular mostraba una crisis en el partido. Con esta transfusión se

busca mejorar el posicionamiento del partido, que sufrió pérdida de credibilidad durante el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero. La idea que trata de transmitir con estas referencias a personajes socialistas, se resume en una frase que el propio Pedro Sánchez emplea en uno de sus discursos: *“Y lo bueno del pasado que tenemos los socialistas es que nos hemos enfrentado muchas veces con los problemas de nuestro país. Y que sabemos con qué espíritu de entrega se enfrentan y se resuelven.”* (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015).

Al igual que emplea la transfusión de referentes del pasado para apoyar a su partido, utiliza la misma técnica para desfavorecer al Partido Popular: *“Lo que llamamos la economía de la igualdad, no del igualitarismo sino la del esfuerzo, el mérito y la capacidad dejando atrás el capitalismo de amiguetes que puso en pie la derecha con Aznar al frente.”* (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014). De esta forma ataca al partido de Mariano Rajoy, utilizando a modo de crítica uno de los iconos que ellos utilizan como referente positivo. Otra transfusión de valores negativos tiene lugar cuando Pedro Sánchez menciona a Luís Bárcenas, extesorero del Partido Popular imputado por corrupción en el denominado Caso Gürtel: *“Esos son sus logos, sr. Rajoy. En la historia de España su nombre estará ligado a la precariedad, las subidas masivas de impuestos y a Bárcenas”* (Debate del Estado de la Nación, 24 de febrero de 2015).

De forma reiterada aparecen alusiones al Partido Popular y al gobierno, en mayor medida que a otros partidos, a los que Pedro Sánchez a penas menciona. En los discursos son constantes las oposiciones entre Partido Popular y Partido Socialista, oposición que Pedro Sánchez establece utilizando diferentes términos para referirse al Partido Popular:

*“Son ustedes el gobierno más intervencionista de la democracia. Son ustedes la derecha de siempre, señor Rajoy.”*(Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

*“Poniendo fin, de una vez por todas, al azul monocolor que tiñó España en 2011.”* Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

*“Lo que llamamos la economía de la igualdad, no del igualitarismo sino la del esfuerzo, el mérito y la capacidad dejando atrás el capitalismo de amiguetes que puso en pie la derecha con Aznar al frente.”* (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014)

*“¿Esta era la recuperación prometida por la derecha?”* (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015)

Esta oposición a lo que Pedro Sánchez denomina *la derecha* es una forma de contraponer sus valores, y aprovechar así las múltiples críticas que el gobierno tuvo en los últimos años. Y, por otro lado, también refuerza valo-

res positivos del bando opuesto que es el partido socialista: “*Empezaré hablando de la igualdad, la estrella polar de la izquierda, como decía Norberto Bobbio*” (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015).

### **c) Dicotomía**

Pedro Sánchez afirma de forma literal la existencia de éste enfrentamiento directo por su parte: “*Mi adversario es la derecha. Es Rajoy*” (Entrevista en Antena3; El Hormiguero, 17 de septiembre de 2014). De esta forma, puede considerarse que estas transfusiones de ideas llevan a establecer una dicotomía entre ambos partidos, al obviar a los otros que también representan fuerzas políticas que deberían tenerse en cuenta. Aunque es necesario apuntar que sí existen menciones explícitas a otros partidos, concretamente a Podemos al posicionarse como segunda fuerza política según los informes del CIS: “*Los segundos, Podemos, pretenderán esconder sus trasnochadas y vacuas propuestas simplificando la complejidad de los retos a los que se enfrenta España, en el cuento de la casta.*” (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015). En esta alusión, poco común en sus discursos, resulta llamativo el uso del término *casta*, ya que es uno de los conceptos que el líder de Podemos emplea de forma frecuente, y a modo de crítica, para denominar a los partidos políticos que siempre han estado en el poder.

### **d) Uso del lenguaje**

Por otra parte, los discursos del PSOE se caracterizan por un lenguaje sencillo, nada rebuscado, incluso se puede encontrar en ellos frases cotidianas como “*manos a la obra*”, y metáforas que enriquecen la redacción: “*Y quiere decirnos que ese horizonte electoral, es un horizonte de esperanza para los socialistas.*” (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015). También existen citas a personajes ajenos a la política: “*Una comunidad, un país, siempre es un proyecto compartido, por eso el verdadero cemento de toda sociedad –decía Victoria Camps– es la confianza.*” (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014). Estos son algunos de los recursos que el líder socialista utiliza para empatizar con el público y amenizar y facilitar el discurso.

### **e) Síntesis**

En conclusión, Pedro Sánchez presenta un discurso cargado de ataques directos al gobierno vigente, el Partido Popular encabezado por Mariano Rajoy, de forma precisa y argumentada. No existen prácticamente alusiones a otros partidos, a no ser que se le pregunte directamente por ellos, en cuyo caso responde de forma breve para no entrar en detalles. Al dirigirse al Partido Popular lo hace siempre con alusiones *a la derecha*, esta es una forma

de posicionarse de forma opuesta a los valores del partido que gobierna. De la misma forma, busca constantemente el recuerdo a personajes socialistas de la historia española, como forma de recordar los valores del partido que cosecharon éxitos pasados en España, y superar así las razones que llevaron al Partido Socialista a perder las elecciones de 2011 frente al Partido Popular. Estas referencias al pasado socialista se hacen siempre ligadas a la historia democrática de España, de esta forma aprovecha los valores positivos que posee la democracia para fortalecer la imagen del socialismo. Por tanto, la idea a la que el Partido Socialista trata de darle más fuerza es al concepto de socialismo: *“Y porque es verdad que las clases medias y trabajadoras encontrarán buen empleo, recuperarán sus derechos laborales y sociales con gobiernos socialistas. Porque es verdad que la derecha equivale a desigualdad. Porque es verdad que socialismo es igualdad y que igualdad es la bandera por la que merece la pena luchar.”* (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015). Se apoya en este concepto, huye del término de *izquierdas*, a pesar de que sí etiqueta a su competencia con el término de *derechas*. Esta distinción se produce al existir otra fuerza política, Podemos, que se posiciona también en esta corriente izquierdista. Así, el Partido Socialista, utiliza el socialismo como etiqueta propia para diferenciarse de las demás fuerzas políticas.

### **3.2. Campaña 2015. Partido Popular.**

El Partido Popular es el partido que gobierna desde las elecciones de 2011, en las que obtuvo una amplia mayoría frente al, entonces presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero. Desde esas elecciones el panorama político ha sufrido muchos cambios, a causa del nacimiento de nuevos partidos políticos que han desplazado a otras fuerzas políticas. Así, en abril de 2015, el informe del CIS sitúa al Partido Popular como primera fuerza política con escasa diferencia frente al Partido Socialista, y seguidos por dos partidos de reciente creación: Podemos y Ciudadanos.

#### **a) Estructura del discurso**

La estructura de los discursos del Partido Popular presenta diferencias frente a sus discursos de 2011. En la pasada campaña sus discursos se caracterizaban por una marcada organización en la que el saludo inicial estaba lleno de agradecimientos a los asistentes, organizadores o miembros del partido involucrados en dicho acto, y un cierre de agradecimientos menos extenso. En los discursos de campaña para las elecciones de 2015 nos encontramos con una organización mucho más sencilla, llena de alusiones a los presentes con la fórmula: *“Amigos y amigas”*, que se repite a lo largo del discurso. Esta sencillez puede apreciarse en la entrada del discurso, ya que el tema central y los argumentos suelen precederse con un simple:



“Queridas amigos, queridas amigas, muchas gracias a todos”; u otras fórmulas similares.

### **b) Alusiones**

En el parte central del discurso, a penas encontramos alusiones a otros partidos políticos, a diferencia de los discursos previos a las elecciones de 2011. En estos discursos encontramos un claro uso de la técnica que se denomina despersonalización del referente que consiste en no nombrar directamente a la persona de quién se habla; así nos encontramos con sentencias como:

“Unos no se explican y a otros no se les entiende cuando hablan de este asunto.” (Convención Nacional del PP; Madrid, 25 de enero de 2015)

“La memoria es muy volátil, sobre todo la de algunos” (Convención Nacional del PP; Valladolid, 2 de febrero de 2014)

“Hay quien dice que no tomamos decisiones” (Junta Directiva Nacional; Madrid, 7 de marzo de 2015)

“Hay quien cree que esto cae del cielo. Hay quien piensa que esto ha sido así toda la vida.” (Escuela de verano del PP; El Escorial, 12 de julio de 2014)

“Hay quien tiene afición a las malas noticias o a explicar lo mal que va todo y se ha intentado transmitir al conjunto de la sociedad española que todas estas cosas se habían hecho a costa de la política social.” (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014)

Estas alusiones se dirigen a las otras fuerzas políticas, son sentencias generales a las oposiciones del gobierno popular, sin dirigirse de forma explícita a ningún partido. Pero también existen alusiones al PSOE en concreto, pero casi nunca son directas, o siempre suavizadas mediante algún etiquetamiento, o mediante el uso de algún otro tipo de recurso: “Nos criticaban, ¿y quién lo hacía? Quienes pregonaban brotes verdes y amaneceres luminosos” (Convención Nacional del PP; Valladolid, 2 de febrero de 2014); “Esos que presumen de ser muy sociales” (Convención Nacional del PP; Valladolid, 2 de febrero de 2014). Las alusiones más directas se dirigen al conjunto de *los socialistas*:

“Hemos visto como los socialistas ahora dicen que se equivocaron en bloque cuando propusieron llevar a la Constitución la estabilidad presupuestaria.” (Clausura de las Jornadas Estabilidad y Buen Gobierno en Corporaciones Locales; Barcelona, 29 de noviembre de 2014)

“No volverán a aplicarse nunca más en España las políticas socialistas que sólo han traído ruina y problemas a este país”. (Discurso en Madrid, 11 de abril de 2015)

“Se hablaba del aumento del paro después de una legislatura en la que 3.400.000 españoles perdieron su puesto de trabajo y todavía, desde el

*PSOE, algunos quieren dar lecciones en materia de creación de empleo, después de una legislatura como esta*” (Jornadas Estabilidad y Buen Gobierno en Comunidades Autónomas; Cáceres, 8 de noviembre de 2014)

Estas referencias al PSOE aluden a la etapa del gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero, que fue una etapa de crisis económica y descontento social. Esta es una forma de realizar una transfusión entre lo que los ciudadanos sintieron hacia el gobierno socialista en ese momento concreto y el sentimiento que les despierta ahora la candidatura de Pedro Sánchez. Este mismo efecto se busca con las alusiones constantes al estado del país en el año 2011, cuando el PP ganó las elecciones:

*“Nosotros cogimos España, estas cosas es bueno recordarlas, en una situación de prequiebra, apunto de un rescate, como recordaba en su intervención la secretaria general.”* (Junta Directiva Nacional; Madrid, 7 de abril de 2015).

*“Este año España va a ser el país de la zona euro que más crezca. ¿Quién iba a decir eso en el año 2012? Nadie. Tengo que decir que yo tampoco. Nadie.”* (Junta Directiva Nacional; Madrid, 7 de abril de 2015).

*“Voy a hacer un brevísimos recordatorio de cómo estábamos a finales de 2011. España tenía todos los desequilibrios económicos: déficit público, déficit exterior, inflación, tenía una parte sustancial de su sistema financiero prácticamente en quiebra, una enorme deuda externa, gravísimos problemas de competitividad...”* (Escuela de verano del PP; El Escorial, 12 de julio de 2014)

*“Voy a hacer un breve recordatorio de cómo estábamos en el año 2011. España estaba en recesión, el crecimiento económico era negativo, el sector exterior estaba en déficit, el déficit público estaba por encima del 9%, la inflación era muy elevada (...)”* (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014)

*“Los dos primeros años de la legislatura nos vimos obligados a recomponer con grandes esfuerzos todas nuestras líneas diezmadas por siete años de gobierno socialista.”* (Inicio del curso político; Soutomaior, 31 de agosto de 2014)

Estas alusiones al estado del país en determinados periodos facilitan que el PP pueda criticar al PSOE sin tener que hacerlo de forma directa, sino que lo hace mediante el empleo de datos y mediante el recuerdo de cuál era la opinión social mayoritaria en aquel momento.

En cuanto a las otras fuerzas políticas, el Partido Popular apenas realiza mención alguna, y cuándo las hace son tan indirectas que en un discurso extenso podrían pasar desapercibidas, aunque sin duda se dirigen a los que socialmente se denominan partidos “nuevos”: *“Amigos y amigas, nuestra*

*historia tiene más de 24 horas. Votarnos a nosotros no es hacer experimentos ni jugar a la ruleta*” (Junta Directiva Nacional; 7 de abril de 2015); *“El PP es un partido con historia, que no nació hace media hora.”* (Mitin en Tarragona, 8 de mayo de 2015). Después existen muchas otras que se dirigen al conjunto de fuerzas políticas que presentan sus candidaturas a las elecciones generales de 2015, pero siempre mediante una despersonalización del referente, cuyos ejemplos se citaron anteriormente.

### **c) Conceptos**

Uno de los recursos más utilizados por el Partido Popular de cara a las elecciones de 2011 había sido la idea de la necesidad de un *cambio*. El concepto de cambio sigue presente en los discursos previos a las elecciones generales de 2015, pero el concepto se emplea de forma distinta, ya que muchos otros partidos políticos hablan a la población de la necesidad de un cambio (como el Partido Popular había hecho de cara a las anteriores elecciones en referencia al anterior gobierno socialista). De esta forma el PP afirma que se debe continuar con el cambio que ellos ya iniciaron en 2011:

*“Tengo que decir que se está produciendo un cambio que va a continuar en el futuro, lo cual se traduce en que esto mejora y va a seguir mejorando en los próximos meses.”* (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014)

*“Y quiero decir esto desde ahora mismo, desde el principio: el cambio ya se ha producido. El cambio es una realidad y ahora nos toca profundizar en él y seguir adelante.”*(Convención Nacional del PP; Madrid, 25 de enero de 2015)

*“Amigas y amigos, son las medidas con las que pretendemos continuar ese proceso de cambio que se ha iniciado en España hace tres años largos; ese proceso de cambio que nos ha llevado de la amenaza del rescate”.* (Presentación de Programa Marco y candidatos autonómicos; Madrid, 11 de abril de 2015)

### **d) Uso del lenguaje**

En su conjunto, el discurso de Rajoy a lo largo de esta campaña es un discurso sencillo que se dirige a los ciudadanos de forma directa y utiliza siempre cifras y datos concretos en sus argumentaciones. Emplea muchas frases de carácter coloquial como: *“Harina de otro costal es lo que hacen algunos.”* (XXXVI Aniversario de la Constitución de 1978; La Granja de San Ildefonso, 13 de diciembre de 2014); *“Y mientras tanto la casa sin barrer”* (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014).

También emplea mucho las preguntas retóricas para criticar de forma directa los errores cometidos por el gobierno anterior, y para reconocer el mérito del trabajo realizado por su partido durante el gobierno:

*“(...) ¿estamos mejor que hace 4 años, sí o no? ¿la economía española está mejor que hace 4 años, sí o no?(...)”* (Presentación de Programa Marco y candidatos autonómicos; Madrid, 11 de abril de 2015)

*“¿Ha habido o no un cambio en España desde que gobierna nuestro partido? ¿Se pueden decir hoy las mismas cosas que se decían hace tres años?”* (Convención Nacional del PP; Madrid, 25 de enero de 2015) *“(...)¿cómo es posible que en poco más de dos años España haya pasado de ser el farolillo rojo de Europa a encabezar el crecimiento económico en el continente?, ¿cómo es posible que de ser el país que más empleo destruía en toda Europa se haya convertido en el que más empleo está creando?”* (XXXVI Aniversario de la Constitución de 1978; La Granja de San Ildefonso, 13 de diciembre de 2014)

### **e) Síntesis**

En conclusión, los discursos de Mariano Rajoy de cara a las elecciones generales de 2015 se caracterizan por ser directos, por el uso constante de datos y cifras, y también por la presencia constante de ejemplos de la labor que su partido ha llevado a cabo a lo largo de su legislatura. A diferencia de los discursos de campaña de las elecciones anteriores, no establece un enfrentamiento directo con ningún partido, sino que se centra en recordar porqué el Partido Popular salió elegido en las elecciones de 2011. Busca que los ciudadanos recuerden porqué obtuvieron la mayoría absoluta que les llevó al gobierno de España, cuándo el PSOE no cumplía correctamente con sus funciones de gobierno. Así disuade a los ciudadanos de dar su voto al partido socialista, les recuerda el descontento que les generó en el pasado. De esta forma desarrolla un discurso en el que se diferencia un recuerdo constante a los errores cometidos por el PSOE durante su gobierno anterior, frente a otra parte de discurso en la que se alude a todo lo avanzado por el Partido Popular desde que está en el gobierno, y deja claro que el país se encuentra en mitad de un proceso de mejora. Así, el concepto del cambio vuelve a ser un factor clave en la campaña, unido a la idea que transmite el Partido Popular de estar sólo, es decir, de ser la única fuerza que pueda continuar con la labor de cambio político.

### **3.3. Campaña 2015 Podemos**

Podemos es uno de los partidos políticos que según las cuéstan encabezarán las elecciones de 2015 (informe del CIS), estas fuerzas políticas se dividen en partidos “nuevos”, Podemos y Ciudadanos, y partidos “viejos”, PP y PSOE.

Podemos nace en el año 2014, encabezado por Pablo Iglesias Turrón, y fue un partido político que realizó una campaña inicial muy fuerte, dándose a conocer socialmente de forma rápida, y cosecha, también de forma rápida,

ciertos éxitos políticos, ya que cuatro meses después de su formación, consiguieron cinco escaños en las elecciones europeas con un 7'97% de los votos (*El País*, 26 de mayo de 2014). Así consiguió posicionarse como cuarta fuerza política en España.

Éste partido se dio a conocer rápidamente gracias a una campaña de comunicación que les hizo diferenciarse completamente de otros partidos políticos por su presencia en redes sociales, y en diferentes ámbitos televisivos.

### **a) Estructura del discurso**

Los discursos de Pablo Iglesias no poseen una estructura marcada, ya que la mayor parte de su discurso podríamos calificarla como tema central. Tanto el saludo inicial como el cierre, no ocupan más de una frase directa, clara y concisa.

El saludo se realiza de forma simple: “*Bona tarda. Arratsaldean. Boas tardes. Buenas tardes*”, “*Hola a todos*”, “*Buenas tardes*”. O por el contrario el inicio se realiza dirigiéndose directamente al tema central, pero introduciéndolo mediante una pequeña historia ficticia o algún tipo de referencia histórica; por ejemplo, durante un mitin en la ciudad de Zaragoza (21 de mayo de 2015) comienza hablando de la Guerra de Independencia Española, y de cómo el pueblo se enfrentó a los invasores, así da paso a una serie de argumentaciones de por qué el pueblo debe actuar ahora frente a los gobernantes.

### **b) Parte central**

La parte central del discurso se caracteriza por una organización cuidada en la que los diferentes temas de los que quiere hablar se desarrollan con base en la técnica de la repetición. Es decir, que en el texto se distribuye en diferentes partes por comenzar la oración con la misma frase. Algunas de las frases utilizadas para el desarrollo de esta técnica son: “*Es una vergüenza (...)*” (Debate del Estado de la Nación; Madrid, 25 de febrero de 2015); “*Da miedo que (...)*” (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014); “*Podemos es (...)*” (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014); “*Nunca más...*” (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015). Es decir, frases sencillas que dan paso a sentencias directas y claras sobre lo que su partido quiere y sobre lo que rechaza

### **c) Alusiones**

Todos sus discursos se encuentran cargados de alusiones directas y claras hacia diferentes figuras políticas:

*“¿es esta la España que usted quiere gobernar, sr. Rajoy? (...) ¿A esto le llama usted salir de la crisis?”* (Debate del Estado de la Nación, 24 de febrero de 2015);

*“(...) no tienen más patria que su dinero. Se llamen Puyol o Rodrigo Rato”* (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014);

*“Me acuerdo de ese José María Aznar que llamó a los periódicos españoles mintiéndoles, diciéndoles que un atentado de AlQaeda había sido ETA, porque temía perder las elecciones”* (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015);

*“No se cambian artículos de la Constitución cuándo se recibe una llamada de la sra. Merkel”* (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014);

*“El que está claro que no se atreve es nuestro amigo Pedro Sánchez”* (Acto de campaña en Sevilla, 17 de enero de 2015);

*“La crisis tiene nombre y apellidos: Jan Clot Junger ayudado por Luis de Guindos”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014).

*“La corrupción se puede identificar con Bárcenas, pero eso no es más que la punta del iceberg. La corrupción es un régimen que permite que 20 personas tengan la misma riqueza que 14 millones”.* (Discurso en Madrid, 15 de noviembre de 2014)

Pablo Iglesias dirige sus críticas no sólo a sus rivales directos de cara a las elecciones generales de 2015, sino hacia diferentes personajes del panorama político europeo.

Las alusiones no se dirigen sólo a personajes del ámbito político sino que también se citan diferentes personajes culturales:

*“Decía Antonio Machado, a través de su Juan de Mairena, que aquel hidalgo loco era un ejemplo; un ejemplo de nobleza y valor frente a la injusticia, decía que a veces hacen falta locos dignos que se enfrenten a los poderosos (...) Hacien falta Quijotes.”* (Discurso en La Puerta del Sol, 4 de febrero de 2015)

*“Todos podríamos ser sujetos del cambio”* (Cita a Vázquez Montalván en un mitin en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

*“Democracia es el sistema en el que el hijo de un minero puede convertirse en el máximo responsable de la mina”* (Cita a Nelson Mandela en un Acto de Campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

El uso de estas citas célebres no es más que una forma de enriquecer el discurso y de empatizar con el público, amenizando la carga política que pueda contener su intervención. Pero existen otras alusiones, no a personajes concretos sino a momentos históricos, que sí poseen mayor importancia en el

discurso. Por ejemplo, nombra la fecha del 2 de mayo de 1808, día en el que se produjo el *Levantamiento del 2 de mayo*, a causa del descontento social tras el motín de Aranjuez, y que derivaría en la Guerra de Independencia; nombra también el 15 de mayo de 2011, cuándo tuvieron lugar las protestas denominadas *Movimiento 15-M*; también nombra la *“Europa de libertad, igualdad y fraternidad. Una Europa de la que todos somos hijos”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014). Estos momentos históricos refuerzan su causa y sus ideales de que es el momento de ver a un *ciudadano haciendo política* (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015), que así es como ellos mismos se definen. También hay otros elementos que le ayudan a reforzar y apoyar sus argumentos, y es el triunfo del partido griego *Syriza* cuyos valores e ideas están fuertemente vinculadas a las de *Podemos*; y en sus discursos aprovechan esta idea:

*“Fisái i ánemos dimokratikís alayís stin Evropi’ [En Griego] (el viento del cambio empieza a soplar en Europa).”* (Discurso en La Puerta del Sol, 4 de febrero de 2015)

*“En Grecia, por fin, ha ganado el pueblo griego. (...) Pero los que sueñan seriamente pueden cambiar cosas y hoy en Grecia hay un Gobierno serio, un Gobierno responsable, un Gobierno que trabaja para su pueblo. Muchos quieren vincular el destino de Podemos al destino del Gobierno griego.”* (Discurso en La Puerta del Sol, 4 de febrero de 2015)

#### **d) Historias o anécdotas personales**

Por otra parte un recurso muy utilizado a lo largo de todo el texto es la narración de pequeñas anécdotas o historias personales. El objetivo de estos recursos es empatizar con el público, pero no sólo eso, sino que son historias que le ayudan a reforzar sus ideas y argumentos.

De todas las historias que cuenta en sus discursos hay una muy recurrente, que define, según Pablo Iglesias, el panorama político español:

*Había un pueblo que se llamaba Ratonlandia, y allí tenían un parlamento y un gobierno, y la primera vez que votaron eligieron a un partido: el partido de los gatos negros. Que hacían leyes maravillosas para los gatos, por ejemplo: las puertas de las ratoneras deben ser más grandes (así que las hicieron más grandes, donde cogía una pata de gato), los ratones deben circular más despacio. Pero los ratones quedaron muy descontentos con el gobierno de los gatos negros. Así que, en las siguientes elecciones votaron al partido de los gatos blancos; y estos dijeron ¿Cuál es el problema de Ratonlandia? Las puertas de las ratoneras, así que las hicieron cuadradas, donde cogían dos patas de gato.*

*El problema no era que los gatos fueran blancos o negros, el problema es que eran gatos, y si gobiernan los gatos hacen leyes en favor de los gatos,*

*que además son leyes en contra de los ratones. Así un grupo de ratoncillos, decidieron montar un partido, y entonces los gatos les tacharon de populistas. Esta es la historia política de nuestro país.*

### **e) Conceptos. Etiquetamiento**

Podemos se define a sí mismo como el partido del pueblo, como la respuesta de los ciudadanos ante el fracaso de sus gobernantes: *"Podemos no es un experimento político, Podemos es el resultado del fracaso del régimen, de sus oligarcas, de esos viejos de corazón. Pues bien, la gente les ha respondido: claro que podemos"* (Discurso en Madrid, 15 de noviembre de 2014). Pablo Iglesias posiciona su partido como una alternativa frente a los otros partidos políticos que él denomina: *la casta*. El uso de éste término se hará constante en sus discursos políticos, y se emplea como método de transmisión de valores negativos, ya que el término casta tiene una connotación negativa: *Parte de los habitantes de una sociedad que forma clase especial, sin mezclarse con los demás*. (Diccionario de la Lengua Española, Calesa 2005).

*"No tenemos por qué seguir siendo gobernados por la casta"* (Acto de campaña en Sevilla, 17 de enero de 2015)

#### *e) Dicotomía*

Es a través de este concepto como Podemos presente el panorama político como una dicotomía: la casta y Podemos. Presenta a *la casta* como *los partidos viejos, los partidos tradicionales, los partidos dinásticos* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015).

*"En estas elecciones hay dos opciones: o el miedo o la ilusión."* (Entrevista a Pablo Iglesias en Cuatro, en el programa Viajando con Chester; 10 de mayo de 2015)

*"En estas elecciones se enfrentan la esperanza y la ilusión al miedo y a lo de siempre."* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015)

*"Frente a los que se creen que están por encima de los demás, nosotros oponemos la justicia (...) Frente a la corrupción, nosotros oponemos la justicia"* (Acto de campaña en Madrid, 13 de mayo de 2015)

*"No queremos ser como ellos (...) No estamos dispuestos a serlo"* (Barcelona en Comú, 9 de mayo de 2015)

Así es como Pablo Iglesias emplea la técnica de la dicotomía, poniendo en un lado a todos los partidos políticos, sin importar la ideología que defienden, ya que considera que no son defensores de la clase obrera, y por otro lado presenta a su partido como la única alternativa hacia los demás partidos de *la casta*. Para esta dicotomía emplea además también sustantivos para definir a cada una de las partes, así realiza una oposición constante entre miedo (partidos de *la casta*) e ilusión y esperanza (Podemos).



Reforzando esta dicotomía, Pablo Iglesias introduce en sus discursos un concepto de uso propio: la sonrisa.

*“La sonrisa ha cambiado de bando”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014)

*“Sonreíd, porque vamos a ganar”* (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

*“Frente a su odio, la sonrisa”* (Entrevista a Pablo Iglesias en Cuatro, en el programa Viajando con Chester; 10 de mayo de 2015).

*“(...) no permitamos que compren y vendan las sonrisas, el derecho de nuestra gente a sonreír no se vende (...)”* (Discurso en La Puerta del Sol, 5 de febrero de 2015)

El uso del concepto de la sonrisa se posiciona en el bando de podemos frente al concepto del miedo, que se posiciona como sustantivo que caracteriza a los otros partidos políticos, a los partidos de *la casta* (en palabras de Pablo Iglesias). Este concepto se introdujo a modo de respuesta a las críticas que Podemos sufría de los otros partidos, y pasó a usarse de forma recurrente en múltiples discursos de Pablo Iglesias. Su uso tiene como objetivo conectar con el público, ya que su alcance social se demostró al conseguir que el hastagh *#suodionuestrasonrisa*, fuese trending topic en twitter (21 de noviembre de 2014)

## **f) Uso del lenguaje**

Los discursos de Podemos se caracterizan también por emplear un vocabulario muy informal, incluso políticamente incorrecto en ciertas ocasiones, al emplear frases como: *“Es una pescadilla que se muerde la cola”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre del 2014); *“Es que manda narices”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015); *“Me jode que un sindicalista tenga cuentas en Suiza. Me jode”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015); *“El debate que lo petaría sería...”* (Entrevista a Pablo Iglesias en Cuatro, en el programa Viajando con Chester; 10 de mayo de 2015).

También es constante el uso del humor: realiza bromas sobre los medios de comunicación, acerca de los titulares que publicarán al día siguiente sobre las declaraciones de Pablo durante el acto de campaña en el que se encuentra. El líder de Podemos se mofa de todo lo que no le gusta, utiliza la burla como forma de crítica para poner a ése personaje en el punto de mira:

*“Rajoy ha dicho que ‘En España hay españoles’. Me pregunto que fuma”* (Acto de campaña en Zaragoza, 10 de mayo de 2015)

*“Mi serie favorita es ‘Juego de Tronos’ la de Pedro Sánchez es ‘Perdidos’.”* (Acto de campaña en Sevilla, 17 de enero de 2015)

*“Desde aquí envió un mensaje a Mas y Aguirre, repitan conmigo: Nuestro tiempo se ha terminado”* (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

*“Zombie número uno: José María Aznar. (...) Le han sacado de la tumba para convertirse en el general de un ejército de zombies preocupados por Podemos”* (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015)

### **g) Síntesis**

A través del uso de los diferentes recursos, Pablo Iglesias divide el panorama político en dos bandos: *la casta* y el pueblo, lo que se podría interpretar como los gobernantes y los gobernados. Este uso de la dicotomía, muy diferente al que encontramos en otros partidos políticos, es la base de toda la campaña. Se posicionan como un partido diferente a todos los que ya existen, son la oposición a todo lo tradicional aprovechando así la idea popular de que todos los partidos son lo mismo. Critican al PP por ser un partido que gobierna para los ricos, y critican al PSOE por no defender la ideología que dicen representar, así posicionan a ambos partidos en un mismo lugar: *“Los del carnet rojo, y los del carnet azul. Son ellos los antisistema”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015). Ante este descontento que ellos manifiestan por los partidos que siempre han gobernado en nuestro país, ofrecen su partido como la única alternativa: *“El voto a Podemos es el voto del Estado”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014); *“El voto útil en el mes de mayo es el voto a Podemos”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015). Esta distinción entre ellos y los demás partidos no es sólo ideológica, sino que ellos mismos tratan de diferenciarse a efectos prácticos; es decir, sus discursos ya aparecen rasgos que los definen como el uso del humor, o un lenguaje informal con el que tratan de conseguir que el pueblo, la gente corriente se identifique con ellos, con lo que dicen y, sobre todo, con la forma de expresarlo. A través de los diferentes recursos que tienen como objetivo diferenciarse, Podemos ha conseguido crearse una identidad propia, con vocablos propio y características comunicativas propias.

### **3.4. Campaña 2015. Ciudadanos**

Ciudadanos, Ciudadanos-Partido de la Ciudadanía (C's), tiene su origen en la plataforma "Ciudadanos de Catalunya", que comenzó siendo una plataforma civil y pasó a convertirse en un partido político en Cataluña. Posteriormente, ante la gran acogida popular, Ciudadanos se expande nacionalmente y obtiene sus primeros éxitos políticos (fuera del ámbito autonómico) en las elecciones europeas de 2014, al conseguir dos escaños con un 3.16% de los votos (*El País*, 26 de mayo de 2014).

Actualmente Ciudadanos, cuyo representante es Albert Rivera, representa una de las cuatro fuerzas política de España (Informa del CIS, mes de abril), y entre estas cuatro fuerzas pertenece a las denominadas “nuevas”, junto a Podemos.

### **a) Estructura del discurso**

La estructura del discurso no está definida. Para iniciar el discurso comienza haciendo referencias positivas a miembros de Ciudadanos, así como críticas a otros partidos a través de una despersonalización del referente: *algunos pretenden, algunos quieren, lo que algunos se han cargado...*; pero estos dos elementos continúan presentes a lo largo de todo el discurso, por lo que las diferentes partes no están marcadas, al contrario de lo que sucede en otro tipo de discursos. En esto coincide con Podemos, ya que también en sus discursos todo parece ser parte central, la totalidad de su discurso reitera las mismas ideas, sin existir una parte neutral de inicio y de cierre, a diferencia de lo que sucede en los discursos de PP y PSOE, que presentan un inicio de saludo y un cierre de discurso casi neutral, que aporta un carácter conciliador.

### **b) Alusiones**

El discurso de Ciudadanos contiene constantemente ataques directos a diferentes personajes presentes en el panorama político actual, ya sea a nivel nacional o autonómico:

*“Sr. Puyol, no me haga así con la cabeza, que los Puyol también tienen culpa de cómo funciona España, de lo mal que funciona”* (Debate sobre la votación de consultas; Barcelona, 19 de septiembre de 2014)

*“Por mucho cartel que pongas, si lo firma Mariano Rajoy no es creíble”* (Movimiento Ciudadano; Madrid, 13 de diciembre de 2014)

*“(...) los ex presidentes Suárez, González e incluso Aznar, defendían un proyecto para España, pero el PP de Rajoy no tiene ninguno.”* (Acto de campaña en el Palacio de Congresos de Zaragoza, 19 de mayo de 2015)

*“(...) tanto Díaz como el líder del PSOE, Pedro Sánchez, comprometieran a ser implacables con la corrupción mientras los ex presidentes Manuel Chaves y José Antonio Griñán siguen allí”* (Entrevista en Onda Cero, 16 de abril de 2015)

*“Señor Mas, explique a los catalanes si su Gobierno se ha reunido con el señor Nouredinne Ziani, expulsado de España y de Bélgica por colaborar con el yihadismo”* (Control del Pleno del Parlamento; Barcelona, 15 de marzo de 2015)

Son juicios directos, concisos y constantes, que se centran en juzgar actos concretos con los que Ciudadanos manifiesta no estar de acuerdo, pero sin entrar en la crítica de ideologías.

También están presentes las alusiones a partidos políticos concretos. En este tipo de alusiones Albert Rivera marca la diferencia entre los denominados partidos nuevos, y los partidos viejos. A los partidos “viejos” se refiere de forma similar a la que Iglesias utiliza denominándoles *la casta*; Ciudadanos no emplea este término, pero sí que utiliza otros que podríamos considerar como sinónimos:

*“El 25 de mayo el sectarismo habrá acabado, ya no habrá rojos y azules, buenos y malos, sino que habrá muchos matices y un mapa político de España más abierto y plural”* (Acto de campaña en Málaga, 8 de mayo de 2015).

Además están presentes otro tipo de alusiones que, lejos de ser críticas, son referencias positivas a personajes de la historia política española, personajes del mundo de la cultura, entre otros.

*“Porque esos proyectos que les he citado de Adolfo Suárez, Felipe González o de Aznar nunca pensaron a quién tenían enfrente, siempre pensaron a quién tenían detrás apoyando ese proyecto”* (Movimiento Ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014)

*“El Jefe de Estado dijo unas palabras muy sensatas (...) Felipe VI dijo: ‘que nadie se equivoque, los españoles ya no somos enemigos entre nosotros’.”* (Movimiento Ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014)

*“El político se convierte en estadista cuando comienza a pensar en las próximas generaciones y no en las próximas elecciones.”* (Cita a Winston Churchill en el Acto de Campaña en Asturias, 13 de mayo de 2015)

*“Como decía la canción de Bob Dylan: ‘The times are changing’”* (Acto de campaña en L’Hospitalet, 12 de mayo de 2015)

*“No hay nada más importante en el mundo que una idea a la que le ha llegado su tiempo”* (Cita a Víctor Hugo en el Movimiento Ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014)

Estas alusiones cumplen una función de empatizar con el público, así como transmitir ciertos valores. En cuanto a las referencias a personajes del mundo político, es destacable que Albert Rivera siempre alude a personajes que han tenido un cierto éxito político. Es una forma de mostrarse como un partido de éxito que puede conseguir sus objetivos, ante las dudas que existen sobre estos partidos “nuevos”.

### **c) Conceptos**

Ciudadanos también habla de esta idea del cambio.

*“El objetivo de Ciudadanos (C’s) no es sacar escaños, es cambiar España”.* (Acto de campaña en Málaga, 8 de mayo de 2015).

En la mayor parte de las ocasiones, Albert Rivera habla de un cambio en sentido general, es decir, no habla del cambio personalizándolo como aquello que Ciudadanos puede hacer. Habla de la necesidad de un cambio en la política española, un cambio que va a producirse porque la sociedad lo demanda:

*“(…) los ciudadanos españoles quieren cambio”* (Rueda de prensa; Andalucía, 9 de marzo de 2015)

*“(…) lo que es verdad es que en España ha habido un cambio, y que viene una nueva era política (...) En España hace tiempo que se viene dando un cambio, pero algunos no se quieren enterar”* (Acto central de campaña en Sevilla, 15 de marzo de 2015).

*“Se necesita una nueva era política, con nuevos actores, con nuevos partidos, con nuevos agentes sociales”* (Acto de campaña en Alcalá de Henares, 14 de mayo de 2015).

Menciona en algunas ocasiones que *el bipartidismo ha muerto* (Rueda de prensa; Andalucía, 9 de marzo de 2015). Afirmando el fin del bipartidismo, Albert Rivera pone sobre la mesa las nuevas opciones que los ciudadanos tienen, busca constantemente que los ciudadanos sean conscientes de que los nuevos partidos no son ensayos, ni son menos importantes que los partidos “viejos”:

*“(…) ya no habrá rojos y azules, buenos y malos, sino que habrá muchos matices y un mapa político de España más abierto y plural”* (Acto de campaña en Málaga, 8 de mayo de 2015).

*“(…) los partidos nuevos que nacen de la sociedad civil o de internet, están teniendo más fuerza que las formaciones tradicionales con grandes estructuras de partido”* (Discurso en Cataluña, 13 de abril de 2015)

*“Quién se sienta satisfecho con España que vote al Partido Popular, que vote al Partido Socialista; ahora, quién no esté satisfecho, a quién no le vayan bien las cosas, a quién no le guste lo que ve (...) Yo les sugiero que voten un cambio”* (Acto de campaña en Zaragoza, 19 de mayo de 2015)

Con la afirmación de estas ideas generales y “desinteresadas” sobre el cambio, Ciudadanos trata de mostrar al público cómo es la realidad política del momento. Tratando de mantener las críticas al margen, como si de una postura objetiva se tratase: *“Nuestro enemigo no es el PP, ni Podemos, ni el PSOE”* (Rueda de prensa en Andalucía, 9 de marzo de 2015).

Presenta al PP y al PSOE como el pasado que debe mejorarse y reformarse: *“¿Quieren volver otra vez a la España de rojos y azules?”* (Movimiento ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014); *“(…) tan irresponsable sería*

*que en España no se pudiera gobernar, como que se siguiera gobernando de la misma manera (...)* (Acto de campaña en Zaragoza, 19 de mayo de 2015); *“En España hace tiempo que se viene dando un cambio, pero algunos no se quieren enterar, porque no son de este mundo, se quedaron en el siglo pasado”* (Acto central de campaña en Sevilla, 15 de marzo de 2015).

Si se analiza de forma general el panorama político, con estas críticas a los partidos “viejos”, las opciones existentes son Ciudadanos y Podemos. A pesar de esto, Ciudadanos evita los enfrentamientos directos con este partido, y se centran constantemente en presentarse a sí mismos como la mejor opción de cambio:

*“(...) tan irresponsable sería que en España no se pudiera gobernar, como que se siguiera gobernando de la misma manera, y eso es lo que representa Ciudadanos, un cambio responsable”.* (Acto de campaña en Zaragoza, 19 de mayo de 2015)

*“Ciudadanos es un cambio sensato que no viene solo a hacer oposición, sino que viene a ganar las elecciones y a gobernar”* (Acto de campaña en Palma de Mallorca, 22 de mayo de 2015)

*“Los españoles que quieren que las cosas cambien tienen que votar el cambio y ese cambio es Ciudadanos”* (Acto de cierre de campañas autonómicas; Madrid, 22 de mayo de 2015)

*“La gente sensata quiere un cambio profundo (...) pero sin romper lo que funciona (...) Nosotros somos el antídoto frente a los que quieren romperla y frente a los que quieren que siga estropeado”* (Rueda de prensa en Andalucía, 9 de marzo de 2015)

*“Después de las elecciones del 24 de mayo el mapa de España se teñirá de naranja y llegará el cambio sensato que representa Ciudadanos (C’s)”.* (Acto de campaña en Madrid, 25 de abril de 2015)

Se presentan a sí mismos como un cambio responsable. Constantemente buscan definirse, hablar de lo que ellos pueden aportar. Eludiendo referencias a otros partidos políticos.

#### **d) Uso del lenguaje**

Albert Rivera utiliza un lenguaje formal, cuidado y elaborado, pero también están presentes ciertas expresiones coloquiales que empatizan con el público y, en cierto modo, endulzan y suavizan el discurso:

*“Mecachis”* (Entrevista en Cuatro; Viajando con Chester, 10 de mayo de 2015)

*“Me han hecho saber lo que vale un peine”* (Entrevista en Cuatro; Viajando con Chester, 10 de mayo de 2015)

*“La habéis vuelto a liar (...)”* (Movimiento Ciudadano; Madrid, 13 de diciembre de 2014)

*“Y ahora barro para casa”* (Movimiento Ciudadano; Madrid, 13 de diciembre de 2014)

*“Les pedimos que se pongan las pilas”* (Debate de votación de consultas; Barcelona, 19 de octubre de 2014)

Este tipo de vocabulario y expresiones, refuerzan las características que se atribuyen a sí mismos como: sensatez, estabilidad, responsabilidad. De esta forma, su vocabulario y su forma de expresarse desarrollan un papel importante en el discurso de Ciudadanos, ya que los posiciona y los define; en esta situación se podría decir que el lenguaje cumple una regla de transfusión de valores.

### **e) Síntesis**

Existe una idea a la que todos los partidos hacen referencia, cada uno tratando de utilizarla en su propio beneficio. Esta es la idea del cambio, la idea de que a partir de las elecciones generales de 2015, se debe producir una transformación en el gobierno de España: El PP habla de continuar con el cambio que ellos iniciaron en 2011, el PSOE habla de realizar un cambio a lo que el PP está haciendo basándose en los valores socialistas; Podemos habla de un cambio, un cambio que cambie el poder de las manos de una minoría para dársela a una mayoría, que es el pueblo. Por su parte, Ciudadanos, desarrolla también esta idea de cambio pero una idea de cambio distanciada de la idea que proponen las otras fuerzas políticas. Defienden lo que ellos denominan como un cambio responsable.

Ciudadanos tiene un discurso que se centra en múltiples alusiones a sí mismo, realiza críticas a los partidos políticos denominados “viejos”, y manifiesta constantemente la idea de un cambio, que considera que la sociedad viene demandando desde hace tiempo. Sus discursos se centran en describir como es el panorama político actual, y así argumentar que Ciudadanos es la mejor alternativa. El otro partido “nuevo” para estas elecciones es Podemos, al que simplemente no nombra. Trata de posicionarse como alternativa frente a PSOE y PP, que son las otras dos fuerzas políticas, sin entrar en ningún enfrentamiento con el partido de Pablo Iglesias.

El lenguaje que emplea Albert Rivera es un lenguaje moderado y formal, que pretende que lo entiendan todos, y que se dirige de forma dócil al público. Su forma de hablar le define y, lo que es más importante, posiciona a su partido: ante la idea de la necesidad de un cambio, que deja a Podemos y a Ciudadanos como nuevas opciones para votar, Albert Rivera se muestra diferente y opuesto a la forma en que se muestra Pablo Iglesias, sin la necesidad de nombrar al partido. Esta es una forma de distinguirse, y de empatizar con la población que no se vea atraída por el discurso de Podemos.

#### 4. Resultados del análisis

Las elecciones de 2015 se presentan en un panorama político completamente distinto. PP y PSOE ya no son las únicas fuerzas que lideran, sino que a estas se han sumado Ciudadanos y Podemos. Por un lado nos encontramos con que el Partido Popular continúa con la estrategia que ya desarrolló en 2011, y es tratar de demostrar que son los únicos capaces de continuar desarrollando el cambio; el Partido Socialista trata de posicionarse como *socialistas*, rememorando a los inicios del partido y mostrándose a sí mismos como el partido que puede realizar el cambio frente al tipo de gobierno que ha llevado a cabo el Partido Popular. Y por otra parte, con un discurso diferente, están Podemos y Ciudadanos: dos partidos que se caracterizan por tratar de ponerse del lado del pueblo. Ambos (aunque no presentándose como unidos) tratan de oponerse a los partidos viejos y afirman la necesidad de un cambio en el mundo político.

Es inevitable hacer alusión al cambio en este contexto político, ya que es palpable el hecho de que el espacio político está sufriendo transformaciones. De esta manera, los cuatro partidos se miden entre sí por demostrar quién ofrece el mejor tipo de cambio. Y en este contexto, el etiquetamiento que cada adopta parece adoptar una mayor importancia.

El PSOE busca constantemente conectar con sus esencias socialistas pasadas; el socialismo se convierte, más que nunca, en su seña de identidad. Evitan el uso del concepto de izquierda, y en las pocas ocasiones que lo hacen manifiestan ser de la *izquierda transformadora, no conservadora*. A su vez, emplean el término *derechas*, para calificar al PP a la hora de realizar críticas hacia ellos.

De esta misma manera, el Partido Popular no se auto-etiqueta bajo ningún término, el único concepto que a ellos les interesa es la idea del cambio, la idea de que el cambio que ellos iniciaron en el pasado debe continuar.

Por su parte, Podemos se muestra como el cambio rotundo. Critica de forma fuerte y directa a todos los partidos que han intervenido en el gobierno hasta el momento. Bajo la denominación de *la casta*, emite juicios directos hacia estos partidos *viejos* acusándolos de haber gobernado siempre en favor de una minoría poderosa e influyente, en lugar de hacerlo en beneficio de la mayoría de la población.

Y Ciudadanos, se posiciona, en parte, a favor de las ideas de cambio que promulga Podemos, coincidiendo con ellos en la necesidad de un gobierno que se preocupe por el pueblo. Esta idea se transmite de forma diferente, ya que Ciudadanos se autodenomina propulsor del *cambio responsable*, frente al cambio radical que Podemos manifiesta con su comunicación. En el caso de Ciudadanos, más que los conceptos que emplea es destacable el tipo de lenguaje que utiliza, siempre formal y elaborado; lo que supone un rasgo totalmente diferenciador frente a Podemos.



## 5. Conclusiones

Tras la investigación realizada en páginas precedentes es posible extraer, al menos, las siguientes conclusiones:

El uso de un concepto simple, expresado a través de una palabra, puede convertirse en el eje de campaña que lleve a un partido a ganar unas elecciones políticas. El concepto de *cambio* en el que el PP de Mariano Rajoy centró su campaña de 2011 se convirtió en la idea clave de todo el discurso, no sólo por el uso reiterativo de la palabra, sino porque todos los argumentos se centraban en apoyar y reforzar este concepto. El éxito del uso de éste término se demuestra al observar como en la campaña de 2015 vuelve a utilizarse esta idea para convencer al público.

El uso de una palabra, acertada o equivocada, puede contribuir más a la imagen de un partido que largas argumentaciones. Albert Rivera adoptó para su partido la idea de promover un *cambio responsable*. El uso de este adjetivo seguido de la idea de cambio, que está siendo explotada por todos los partidos políticos, posiciona mucho más a Ciudadanos que lo que lo hubiesen hecho largas argumentaciones acerca del tipo de cambio que su partido quiere llevar a cabo.

Podemos, al emplear el término *casta*, define de forma más clara y concisa su opinión hacia un grupo determinado de políticos que si emplease sentencias de desacreditación hacia ellos; este es un término que sirve para sintetizar, y susceptible de ser recordado. En el caso contrario, como ejemplo de uso de una palabra equivocada, Pablo Iglesias rehúye el término comunismo para definirse, por la connotación negativa que puede llegar a tener este concepto para muchos miembros de la sociedad española.

El hecho de que el panorama político español se encontrase en un proceso de transformación, produce que las campañas políticas se centrasen fuertemente en estrategias de posicionamiento, lo que hace que la comunicación tenga un papel de mayor importancia. Constantemente se emplean términos como *izquierdas* y *derechas* o *rojos* y *azules*, incluso tanto Podemos como Ciudadanos juegan en algún momento con el término *morados*, y *naranjas*.

De forma continua en los diferentes discursos, los partidos *viejos* tratan de recordar a personajes de la historia de su partido con los que reflejarse, mientras que los partidos *nuevos*, buscan definirse con alusiones a personajes políticos de diferentes partidos.

El uso de las diferentes técnicas discursivas marca fuertemente el estilo del mensaje, lo que condiciona su influencia en diferentes tipos de persona, algo que tiene mucha importancia cuándo nos referimos a la comunicación política. El tono de un mensaje que emplea metáforas y comparaciones resulta completamente diferente a un mensaje que se caracteriza por frases

sencillas y directas. El uso de repeticiones marca el ritmo del discurso, pero este ritmo también varía en función de la oración que suceda a la repetición: una repetición seguida de un par de palabras da lugar a un discurso mucho más fuerte que una repetición seguida de largos argumentos.

El lenguaje empleado en los discursos funciona como elemento de posicionamiento, ya que diferencia de forma significativa a unos partidos de otros a la vez que funciona como filtro para seleccionar al tipo de público que se pretende atraer con el discurso. El lenguaje formal o informal es el rasgo más claro para diferenciar a unos partidos de otros. Por otra parte, no se dirige al mismo público un discurso que contiene refranes españoles clásicos que un discurso que contiene frases vulgares como “*Me jode*”.

Las alusiones o citas, en general, sirven como forma de empatizar con el público. Pero la decisión de a quién citar sirve como método de posicionamiento. No se dirige a las mismas personas alguien que cita a Bob Dylan que alguien que cita a Norberto Bobbio; al igual que tampoco se dirige al mismo grupo de personas quien hace referencias positivas al actual gobierno griego, que quien admira el estado de Dinamarca.

## **6. Referencias bibliográficas**

Aijón Oliva, M.A; Serrano, M.J. (2006) El hablante en su discurso: expresión y omisión del sujeto de creó. Recuperado el 25/04/2017, de <http://www.cosolen.com/wp-content/uploads/2010/03/El-hablante-en-su-discurso.pdf>

Aznar, J.M. (2003) Discurso del presidente del Partido Popular y presidente del Gobierno, José María Aznar, en un acto organizado por el partido popular. Recuperado el 25/04/2017 en [http://www.jmaznar.es/file\\_upload/discursos/pdfs/02127A2127.pdf](http://www.jmaznar.es/file_upload/discursos/pdfs/02127A2127.pdf)

Biografías y vidas: Gandhi. (s.f). Recuperado el 10/05/2015, en <http://www.biografiasyvidas.com/monografia/gandhi/>

Canel, M. José. (1999). Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Tercera edición. Madrid: Editorial Tecnos (Grupo Anaya, S.A). ISBN: 84-309-3444-8.

García Beaduoux, V; D´Adamo. O; Slavinsky, G. (2005). Comunicación política y campañas electorales: Estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: Editorial Gedisa. ISBN: 978-84-9784-111-5

García Pérez, D. (2003). Técnicas de comunicación política: el lenguaje de los partidos. Madrid: Editorial Tecnos. ISBN: 84-309-3939-3

- López, A. (2013). Recuperado en 17/05/2016, en <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/por-que-la-alemania-nazi-se-conocia-como-tercer-reich/>
- L.Swan, R. (2009). El método Obama: Las 100 claves comunicativas del hombre que ha revolucionado el mundo. Segunda edición. Barcelona: Random House Mondadori. ISBN: 978-84-9759-042-6
- Monzón, C. (1996). Opinión pública, comunicación y política. Madrid: Editorial Tecnos, S.A. ISBN: 84-309-2903-7
- Muñoz-Alonso A.; Rospir, J. Ignacio. (1995). Comunicación política. Madrid: Editorial Universitas, S.A. ISBN: 84-7991-039-9
- P. Bonta y M. Farber. (s.f) 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Grupo Editorial Norma, Pág. 109.
- Pizarroso Quintero, Alejandro. (1990). Historia de la propaganda. Madrid: Anzos S.A, 1990. ISBN: 84-7754-063-2
- Real Academia Española, Sección: Diccionario de la Lengua Española. Recuperado en 5/04/2017, en <http://www.rae.es/>.
- Tejeda González, J.L.(1996). Las encrucijadas de la democracia moderna. Segunda edición. México: Plaza y Valdés. ISBN: 9789688564936