

Partidos en la Red: Funciones estratégicas en el discurso político virtual

Rosa Sánchez

Universidad de Basilea

1. Preliminares

La *World Wide Web* ha revolucionado el panorama mediático actual. Los especialistas en este campo la consideran el adelanto más significativo vinculado con la comunicación desde la invención de la imprenta. Ningún medio ofrece tantas posibilidades como Internet, en él encontramos un panorama laberíntico de textos, documentos e informaciones, y toda institución u organización que quiera hacer alarde de modernidad se encuentra representada en la Red. Es un medio de comunicación relativamente reciente, aunque existe ya desde algunos decenios se ha puesto al alcance de todo el mundo tan sólo en la última década. Ha cambiado, asimismo, los hábitos de escritura y de lectura y ha forjado nuevos géneros discursivos, los textos electrónicos (chat, e-mail, foros, hipertextos, etc.) (cf. López / Séré 2003). Sobre todo los llamados *hipertextos* —es decir unidades informativas conectadas en forma de red que contienen diferentes sistemas semióticos multimediáticos (textos, imágenes, sonidos, películas, etc.)— no permiten ya la lectura de forma lineal, como estamos acostumbrados con cualquier documento no digital.

Así, la Lingüística se enfrenta, día tras día, a novísimos campos de investigación. La exploración del uso de la lengua en los medios de comunicación y, más concreto, en Internet se encuentra en la intersección entre diferentes disciplinas como las Ciencias de la Comunicación, la Sociología, las Ciencias Políticas, la Pedagogía, la Literatura, la Lingüística, entre otras. Dentro del ámbito de la Lingüística se han desarrollado en los últimos años, a su vez, diferentes enfoques. En Alemania y Suiza, existe, por ejemplo, toda una rama lingüística denominada *Medienlinguistik* que se dedica al análisis de distintos fenómenos lingüísticos en los medios de comunicación, ya sea en los clásicos como la televisión, la radio o la prensa, ya sea en los más modernos Internet o teléfono móvil.

En España hallamos, a modo de ejemplo, la *Ciberpragmática*, término acuñado por Francisco Yus (Universidad de Alicante), que aspira a la «descripción de las actividades comunicativas llevadas a cabo por los usuarios de Internet [...] dentro de un entorno virtual» (Alcaraz / Martínez 2004: 119).

En comparación con los estudios de los nuevos géneros electrónicos el estudio del discurso político es ya más tradicional. Los lingüistas han estudiado los diferentes tipos discursivos políticos (debates cara a cara, discursos electorales, artículos periodísticos, entrevistas, etc.) aplicando diferentes enfoques (retórica, pragmática, análisis conversacional, análisis del discurso, etc.).

A continuación, vamos a enlazar estas dos temáticas a fin de ver cómo se pueden concertar ciertos aspectos desde un punto de vista discursivo. Por razones de actualidad hemos optado por analizar las páginas web de los dos principales partidos nacionales, a saber el *Partido Socialista Obrero Español* (partido dirigente) y el *Partido Popular* (oposición). Nos interesa descubrir: ¿cómo se presentan estos dos partidos en la Red?, ¿por qué motivos?, ¿qué relación establecen estos dos por vías virtuales?, ¿gracias a qué medios lingüísticos?

2. El discurso político virtual

2.1. El discurso político (intento de definición)

Todo estudioso que se proponga abarcar esta materia se ve confrontado, desde un principio, con la dificultad de encontrar una definición de lo “político” en general y del lenguaje político (si tal existe) en concreto. No vamos a entrar aquí en esta discusión y definiremos el discurso político en un sentido restringido como: práctica social ejercida por y entre los políticos en el cumplimiento de sus funciones, mediante el uso lingüístico contextualizado (cf. Casamiglia / Tusón 1999: 15; Núñez / Guerrero 2002: 26).

Todo ser humano puede hablar u opinar sobre la política, pero en un sentido estricto sólo un político puede generar un discurso político. Conocemos la expresión “hablar como un político” y sabemos que hoy en día ésta, antes que entenderse como un elogio, implica más bien connotaciones negativas. Y es que el lenguaje empleado por los políticos, en situaciones oficiales, se presenta como una mezcla heterogénea de diferentes registros: el pedante y el vulgar, el críptico y el técnico, el coloquial o el ambiguo (Fernández Lagunilla 1999a: 19).

2.2. El discurso político y los medios de comunicación

Se puede afirmar que entre los medios de comunicación y las comunicaciones políticas existe una relación simbiótica, de interdependencia. Por un lado, los partidos políticos se sirven de los medios de comunicación para transmitir sus mensajes, por otro, gran parte de las noticias difundidas en los medios de comunicación es de índole política. Este fenómeno llega a tal envergadura que los dos discursos se contagian mutuamente. En este sentido, Núñez / Guerrero (2002: 95) constatan que la «contaminación entre el discurso político y el periodístico es bidireccional, pero parece que es el lenguaje político el que más influencia ejerce, pues suele actuar [...] como paradigma de comportamiento lingüístico».

¿Cómo descargar RSS?

Salvapantallas Partido Popular

1. Pulse en la imagen para descargarlo.



2. Pulse en Guardar .
3. Ejecute el archivo.
4. Entre en el Panel de Control y, una vez ahí, en Pantalla.
5. Una vez en Pantalla, entre en Protector de Pantalla, seleccione el tiempo de actualización que desee y, pulse, finalmente, en Aplicar.
6. Para salir del salvapantallas una vez vista la información, pulsar la tecla "Esc" en la esquina superior del teclado.

Imagen 1: Instrucciones para la descarga de un salvapantallas del Partido Popular (04.05.2006)

2.3. Partidos en la Red

Los partidos políticos emplean la Red como nueva forma de aproximación al pueblo, a los potenciales electores. Mediante Internet no sólo es posible la afiliación *on-line* de nuevos socios, sino que así logran, además, mantenerse comunicados con los seguidores y miembros del partido. Estos últimos pueden entrar en contacto los unos con los otros, pues se les propone toda una gama de nuevas formas de comunicación como lo pueden ser los foros, el chat o el intercambio a través de correo electrónico. Saber servirse de y presentarse en los nuevos medios de comunicación es indispensable hoy en día. Sobre todo para las organiza-

4 mayo 2006 DISCAPACITADOS RESTRINGIDO CONTACTO MAPA AYUDA HOME AÑADIR A FAVORITOS

PSOE cada día podemos conseguir más cosas **PSOE**

Nuestro Partido Secretarías Actividades Comunidades

Buscar IR
 Tu localidad IR
 BÚSQUEDA AVANZADA

Actualidad

- SALA DE PRENSA
- JÓVENES
- MULTIMEDIA
- SEDES DEL PSOE
- AGENDA

Escribenos
 Afiliate
 Suscribirse al boletín
 Recomienda la web

Argumentos al Servicio de una España Mejor

EnClave Socialista

tutiendae PSOE
 tienda oficial de productos v

escribenos un e-mail
 infopsoe@psoe.es
 infopsoe 901 10 2004

Actividades/Actualidad/

noticias

agenda

mayo

L	M	M	J	V	S
01	02	03	04	05	06
08	09	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27
29	30	31			

noticias

noticia 1:
 :: Prensa
Inmaculada Rodríguez-Piñero: "La fortaleza de la economía y el buen ritmo en la creación de empleo son incuestionables"
 Los datos del paro correspondientes al mes de abril dejan en evidencia al PP y a su discurso catastrofista
 04 may 06

noticia 2:
 :: Prensa
Garrido anuncia que se incluirá la mención a la unidad española en el preámbulo del Estatuto andaluz en su tramitación parlamentaria
 El portavoz socialista asegura que la definición de Andalucía como realidad nacional es "plenamente constitucional"
 03 may 06

noticia 3:
 :: Prensa
Maribel Montaña afirma que "Andalucía se sitúa a la vanguardia de la igualdad en España"
 Destaca que en la reforma del Estatuto andaluz hay importantes avances en los derechos sociales que servirán de ejemplo a otras comunidades
 03 may 06

Imagen 2: Página inicial de www.psoe.es, clusters de artículos de prensa actualizados (04.05.2006)

Viernes, 5 de mayo de 2006

PP partido popular

convención populares_06

partido popular

PARTIDO POPULAR | ÁREAS POLÍTICAS | PRENSA | COMUNIDAD POPULAR | RED TERRITORIAL | NUESTRA GENTE

Inicio > Partido Popular > Resultados Electorales

Resultados Electorales

El **Partido Popular** ha estado presente en todos los procesos electorales celebrados en España desde 1977 hasta la fecha y en todos los ámbitos territoriales, si bien que con formas jurídicas distintas. Así, como Federación de Partidos (hasta 1982), en coalición con otras fuerzas políticas (hasta 1986) o bien como formación unitaria desde entonces.

A través de los resultados electorales se aprecia la evolución histórica de nuestra organización, en la que hay tres etapas diferenciadas:

Una **primera** (1977-1982), en que los partidos nucleados en torno a la antigua Federación de Partidos de Alianza Popular ocupa un papel testimonial en el sistema electoral, dado el peso político de la extinta Unión de Centro Democrático (UCD).

Una **segunda** (1982-1995), de crecimiento y consolidación. Esta etapa se abre con el éxito en las elecciones generales de 1982 y se cierra con el espectacular resultado de las elecciones autonómicas y municipales de 1995.

Y una **tercera** (1996-2004), de gobierno, primero, y alternativa, después. En ella, el partido llega al Gobierno de la Nación y consigue hacerlo, además, por mayoría absoluta. Ahora, en la oposición, el partido mantiene todas sus opciones para volver a ganar unas elecciones generales, mientras se mantiene como primera fuerza en el ámbito local, en nueve Comunidades Autónomas, en las dos Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla) y el Senado.

El **Partido Popular** es la fuerza política española con mayor número de electos (24.300) y, desde 1989, la fuerza mayoritaria de senadores electos. A continuación se ofrecen varios gráficos con la evolución de los distintos procesos electorales del **Partido Popular**. A estos efectos, es necesario tener en cuenta que desde 1990, el partido mantiene una coalición permanente con **Unión del Pueblo Navarro (UPN)**.

Imagen 3: Página de contenido fijo del Partido Popular, cronología histórica de las diferentes etapas del partido (04.05.2006)

ciones públicas, como lo son los partidos, este hecho representa un importante factor de modernización y prestigio de cara a la competencia que puede existir frente a los otros partidos.

Por último, mencionaremos el fenómeno de los artículos de *merchandising*, fenómeno que pretende suplir, al igual que los textos digitales, las distancias que puedan existir entre los partidos y sus simpatizantes. Mediante todo tipo de artículo publicitario como la descarga de salvapantallas, de sonidos, de logotipos, de documentos multimedia, entre otros, se ve contentado el lado consumidor de los jóvenes simpatizantes (cf. Imagen 1).

2.4. Las páginas web de los partidos en cuestión

Las páginas web de los dos partidos principales (www.psoe.es, www.pp.es)¹ ostentan estructuras similares. Para nuestros propósitos diferenciaremos entre dos tipos de texto:

- *Páginas de actualización cotidiana*: Ya a partir de las páginas de inicio encontramos breves fragmentos de artículos de prensa, denominados *clusters* en la jerga informática, que remiten a otras páginas en las que se encuentra el texto integral. Estos hipertextos varían a diario, según las noticias y los acontecimientos cotidianos. No son de creación propia; los partidos se sirven de la prensa periódica para mantener actualizado al lector. A veces se trata de resúmenes de artículos, en otras ocasiones son artículos de prensa enteros integrados en la página web, o incluso se puede encontrar un enlace directo al respectivo periódico (cf. Imagen 2).

- *Páginas de contenido fijo*: También encontramos apartados con textos más o menos fijos, que describen la historia, la organización y los contenidos ideológicos de los partidos. Estos textos sí son de creación propia y suponemos que se irán actualizando esporádicamente (cf. Imagen 3).

3. Funciones estratégicas

Hemos visto anteriormente las dificultades de querer definir lo específicamente *político*, tanto en la lengua como en las actitudes. El término de *funciones estratégicas* surge de un intento de delimitar las diferentes categorías en este campo. Chilton / Schäffner (2005: 304) dicen a este respecto: «Relacionamos situaciones y procesos políticos con tipos discursivos y niveles de organización del discurso mediante una categoría

¹ Consultadas en el mes de mayo de 2006.

intermedia, a la que denominamos funciones estratégicas». Desde una perspectiva pragmática se puede decir que los «actos llevados a cabo mediante el lenguaje cumplen diversas funciones» (Chilton / Schäffner 2005: 304), las cuales contribuyen a caracterizar ciertas situaciones y determinados discursos como políticos. Estos autores plasmaron esta categoría intermedia con el fin de deslindar unas funciones “intuitivamente”² políticas de otras funciones (p. ej. la informativa, la lúdica, la heurística, etc.), que se podrían encontrar en otros discursos.

Se pueden distinguir las siguientes *funciones estratégicas*:

- *Coerción*: es el tipo de control social ejercido por la autoridad, se trata de sanciones legales como órdenes, leyes o edictos, etc. Pero «también es posible ejercer el poder mediante el control del uso que los otros hacen del lenguaje, es decir, a través de diversos tipos y grados de censura y control de acceso» (Chilton / Schäffner 2005: 305).

- *Resistencia, oposición y protesta*: se trata de las estrategias discursivas de los que carecen de poder, o sea de los opositores; puede ejercerse de maneras variadas (eslóganes, petitorios, mítines, etc.).

- *Encubrimientos*: encontraremos bajo este apartado diferentes manifestaciones de control discursivo como lo pueden ser las mentiras, distintas formas evasivas o de negación, la omisión de ciertas informaciones o los eufemismos.

- *Legitimación y deslegitimación*: esta categoría incluye diversas técnicas; para legitimar al propio partido se recurrirá a la auto-presentación positiva, teniendo el respaldo de los votantes y haciendo hincapié en los propios logros, mientras que el “otro” partido será deslegitimado mediante culpaciones, acusaciones, insultos, etc.

Por motivos de espacio, nos limitamos a exponer, a continuación, un ejemplo de *encubrimiento* y un ejemplo de *legitimación y deslegitimación* en el discurso político virtual de nuestros partidos.

3.1. Encubrimiento

Encontramos casos de encubrimientos como formulaciones evasivas y omisión de información en las páginas que exponen la historia de nuestros partidos. Breves resúmenes cronológicos visualizan, en algunos

² Cada individuo tiene la capacidad de juzgar de manera intuitiva lo que es de carácter político por sus conocimientos socio-culturales. De ahí que la definición sea tan variable.

apartados, el desarrollo político reciente de España y los diferentes resultados electorales. Vamos a ver cómo lo representa cada partido.

Referente a los últimos resultados electorales el Partido Socialista le dedica, como era de esperar, todo un apartado a «La victoria socialista del 14 de marzo de 2004»:

«El ciclo de ocho años de *gobierno de la derecha* ha concluido en las recientes elecciones generales con una *nueva victoria socialista* [...]. Las razones para que se instalara en los ciudadanos españoles *tan potente deseo de cambio político* se encuentran, de una parte, en las *características de la gestión del gobierno del PP entre 2000 y 2004*»³.

Este partido destaca su «nueva victoria» y pasa a explicarnos en términos neutros, incluso ambiguos, que ésta se debe en parte a «las características de la gestión de gobierno del PP entre 2000 y 2004». Sin especificar demasiado los motivos de la derrota electoral del otro partido con esta formulación evasiva se le deja al lector la libertad para interpretaciones propias, logrando así probablemente un mayor valor expresivo.

El Partido Popular, sin embargo, no menciona explícitamente el cambio de gobierno (cf. Imagen 3):

«Y una tercera [etapa] (1996-2004), de gobierno, primero, y *alternativa*, después. En ella, el partido llega al Gobierno de la Nación y consigue hacerlo, además, por mayoría absoluta. Ahora, en la *oposición*, el partido mantiene todas sus opciones para volver a ganar unas elecciones generales, [...]».

Términos como *alternativa* y *oposición* acompañados por el deíctico temporal *ahora* insinúan el cambio, tras esto la mirada se vuelca hacia el futuro con la expresión «mantiene todas sus opciones para volver a ganar unas elecciones generales». Nótese, a su vez, que en ningún momento se nombra al partido ganador, mientras que en el texto anterior se mencionaba al partido opositor de manera explícita («gobierno de la derecha», «gobierno del PP»).

Estos ejemplos demuestran cómo cada partido se sitúa conforme a su posición. El partido que gobierna habla de clara victoria y da a entender que el partido opuesto tuvo sus culpas en la pérdida del mando; el partido opositor glorifica, sin embargo, el pasado (en el que él gobernaba) y pone sus esperanzas en un futuro en el que pueda volver a ganar las elecciones. Es de suponer que estos esquemas los encontraríamos independientemente de la repartición de poderes existente.

³ La cursiva es nuestra en todas las citas.

3.2. Legitimación y deslegitimación

Hemos mencionado que las páginas web de los partidos analizados se sirven, ya desde el portal, de notas de prensa y noticias actuales para mantener al usuario actualizado. Se puede apreciar que los ejemplos no están escogidos al azar; para empezar, cada partido posiciona los artículos que mejor le convienen estratégicamente. Los temas no siempre coinciden, y cuando coinciden se manifiesta una obvia discrepancia en la manera de abordar el tema, como por ejemplo en los siguientes titulares del 1 de mayo de 2006:

PSOE: «El PSOE manifiesta su total compromiso con una reforma laboral que mejore la calidad del trabajo y el dinamismo de la economía».

PP: «El Partido Popular discrepa totalmente del análisis de Gobierno sobre la evolución del mercado de trabajo».

Obsérvese el empleo de la forma adjetival y adverbial de *total* en ambos enunciados.

Las funciones estratégicas de legitimar y deslegitimar han pasado al orden del día en el discurso político (no sólo español). El comportamiento descortés representa, según Blas Arroyo (2001: 10), la norma en ciertas clases de discurso público, por ejemplo en el debate político-electoral cara a cara. También en la Red hallamos frecuentes ejemplos de insultos, como lo demuestra el siguiente pasaje de una nota de prensa de *Europa Press* (04.05.06), que resume un comunicado de José Blanco, secretario de Organización del PSOE:

«[...] José Blanco, arremetió esta noche duramente contra el Partido Popular (PP) y sus dirigentes, en un encuentro con militantes socialistas en la isla de La Palma. Blanco subrayó que el PP “*tiene tres problemas serios que se llaman Acebes, Zaplana y Rajoy, que es lo mismo que decir insulto, mentira, y pesimismo*”. Asimismo, el líder socialista comparó a los portavoces del PP, Eduardo Zaplana, y del PSOE, María Teresa Fernández de la Vega, con “*la mentira y la verdad*”».

y más adelante sigue:

«José Blanco hizo un repaso de los dos años de Gobierno socialista, y se congratuló de la “universalización de la educación, asistencia sanitaria y prestaciones sociales”, conseguidas, según él, gracias al PSOE. “Lo único que ha empeorado en estos años es el PP, que cada vez es más rancio, más de derechas y más radical”, insistió».

Destacaremos, en primer lugar, que este es un resumen de fragmentos sacados de su contexto originario (tal como nosotros lo hemos fragmentado, asimismo, para nuestros propios fines). Ignoramos si se trataba de respuestas a preguntas o a insultos recibidos, a su vez, por el

partido de la oposición. Queremos señalar, por lo demás, la mezcla de citas directas e indirectas del que hace uso el redactor de la nota. En los pasajes de *deslegitimación* recurre a las citas directas (“tiene tres problemas serios que se llaman Acebes, Zaplana y Rajoy, que es lo mismo que decir insulto, mentira, y pesimismo” o “Lo único que ha empeorado en estos años es el PP, que cada vez es más rancio, más de derechas y más radical”); sin embargo, lo hace también en los pasajes de *legitimación* de los propios logros («y se congratuló de la “universalización de la educación, asistencia sanitaria y prestaciones sociales”, conseguidas, según él, gracias al PSOE»). Esta técnica es empleada frecuentemente por los periodistas, quienes, por motivos de autoría y de atribución de fuentes, tratan de reconstruir el discurso del emisor originario (cf. Reyes 1994: 33). El discurso o los enunciados que el personaje pronunció originariamente se hallan así insertos en otro discurso, en nuestro caso el periodístico. Se han pasado como por un filtro y se vuelven a presentar en un nuevo marco que pretende garantizar la autenticidad de la fuente. Los artículos de prensa representan, así, una autoridad y son garantes de la veracidad del discurso político.

Este ejemplo, que a primera vista no parece muy favorable para el Partido Socialista, demuestra que los insultos están ya completamente integrados en el “juego de descortesía” de los partidos. Cabe señalar, por último, que el personaje en cuestión es conocido por esta clase de ataques verbales, al igual que del partido opositor hallamos también ciertos “alter egos” que cumplen dicha función.

4. Conclusiones

El medio de comunicación Internet abre nuevos campos día tras día, para los políticos y para los lingüistas. Los primeros lo emplean como una plataforma para “vender su producto”, es decir, para afiliar nuevos miembros para el partido, para adherir nuevos votantes, hecho que es, a fin de cuentas, el objetivo de cada partido. La Red nos brinda la impresión de que los partidos están al alcance de mano y de que no es tan grande la distancia que nos aparta de ellos. La comunicación política en Internet se exhibe en un entorno multimedia, nunca mejor dicho, pues casi todos los medios de comunicación se ven representados en ella. Sobre todo la prensa periódica tiene un importante papel en relación con el discurso político. Hemos visto cómo los partidos políticos se sirven de artículos de prensa para legitimar al propio partido y deslegitimar a los adversarios. En este sentido, el discurso político que encontramos en Internet refleja de manera fidedigna el panorama político extra-virtual y las *funciones estratégicas* definidas por Chilton y Schäffner son por estos motivos también perfectamente aplicables al discurso político virtual.

Bibliografía

- Alcaraz Varó, Enrique / Martínez Linares, M^a Antonia (2004²): *Diccionario de Lingüística moderna*. Barcelona: Ariel.
- Blas Arroyo, José Luis (2001): «‘No diga chorradas...’ La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragma-variacionista», *Oralia* 4, 9-45.
- Burger, Harald (2005): *Mediensprache*. Berlin/ New York: de Gruyter.
- Calsamiglia Blancafort, Helena / Tusón Valls, Amparo (1999): *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel.
- Chilton, Paul / Schäffner, Christian (2005): «Discurso y Política», en: Dijk, Teun A. van (coord.): *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II: Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa, 67-99. [orig. en ingl. (1997): *Discourse as Social Interaction. Discourse Studies II: A multidisciplinary Introduction*. London: Sage.]
- Fernández Lagunilla, Marina (1999a): *La lengua en la comunicación política I: El discurso del poder*. Madrid: Arco/Libros.
- (1999b): *La lengua en la comunicación política II: La palabra del poder*. Madrid: Arco/Libros.
- López Alonso, Covadonga / Séré, Arlette (2003): *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Núñez Cabezas, Emilio Alejandro / Guerrero Salazar, Susana (2002): *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.
- Posteguillo, Santiago (2003): *Netlinguistics. Language, Discourse and Ideology in Internet*. Castellón: Universitat Jaume I.
- Reyes, Graciela (1994): *Los procedimientos de cita: citas encubiertas y ecos*. Madrid: Arco/Libros.
- Yus Ramos, Francisco (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.