

EL LENGUAJE POLITICO ESPAÑOL Y EL FACTOR ANGLOSAJON

Por ANTHONY GOOCH

Es de sobra sabido que los ámbitos del español infiltrados por el inglés son legión.

Sin embargo, dentro de este panorama global, el lenguaje político constituye un caso de interés y de una significación especiales.

Algunos anglicismos políticos tienen ya cierta tradición, remontándose a épocas mucho anteriores a la franquista, pero la inmensa mayoría son de fecha bastante reciente.

El aislamiento o semiaislamiento del franquismo cuarentañista produjo en España no sólo una funesta tergiversación de la terminología política, por ejemplo, el acaparamiento casi total por la derecha de palabras tales como «nacional», «patria» y el mismo nombre de «España», sino también un inexorable empobrecimiento de dicha terminología.

Franco siempre negaba que él fuera un experto en política: «Yo estoy aquí porque no entiendo de política ni hago política. Ese es el secreto... yo no soy político.»

Ya que el Caudillo no era político, y puesto que precisamente despreciaba lo político y a los políticos, no iba, lógicamente, a fomentar un tipo de lenguaje que para él llevaba el estigma de los que había vencido. A él el lenguaje que le gustaba no era, por supuesto, el cuartelero, pero sí el del Cuartel General, el del Estado Mayor, el del mando militar.

No obstante, a pesar de este apoliticismo visceral, durante el último período de Franco, al imponerse, por las circunstancias, cierto aperturismo, se introdujeron en el país bastantes nuevos conceptos sociopolíticos, provenientes principalmente de fuentes anglosajonas.

Huelga decir que, con el advenimiento de la democracia, la actividad política española cobró un dinamismo excepcional, y una parte apreciable

de la nueva terminología imprescindible para ella se tomó del inglés, o bien, en algunos casos, se volvieron a introducir en el castellano voces y expresiones que habían llegado a circular con normalidad en la Segunda República, pero que después fueron suprimidas o simplemente dejaron de utilizarse.

El modelo o patrón inglés que se halla agazapado tras la palabra o frase española resulta, con frecuencia, harto palmario: *deshielo diplomático* (thaw in diplomatic relations), *despegue industrial* (industrial take-off), *congelación de salarios* (wage freeze) (*).

Y, entre la monsergueña jerga política y político-económica, se nos ofrece, naturalmente, una buena selección de términos de los *medios de comunicación* (*de masas*) *massmedia* (media/mass media): *show* (show), *(e)spot* (spot), *(e)slogan* (slogan), *áreas informativas* (areas of information/news).

En la esfera económica, entre los muchos términos vulgares, como *expansión* (expansion), *recesión* (recession), *colapso* (collapse), destacan ciertas expresiones pintorescas, por ejemplo, *la tarta/el pastel nacional* (the national cake). Ni que decir tiene que, en un país en el cual siempre se ha hablado infinitamente más de lentejas y de garbanzos que de tartas y pasteles, resulta primero chocante y después significativo que de pronto aparezca semejante frase.

En resumidas cuentas, el propósito de este trabajo es llamar la atención sobre la envergadura del fenómeno de la incidencia anglicista en el lenguaje político español, explorar algunos de los recovecos semánticos de dicho fenómeno y sacar unas cuantas conclusiones con respecto a su significación psicológica.

ALGUNOS ANGLICISMOS POLITICOS «CRUDOS»

Veamos, primero, unos cuantos anglicismos políticos «crudos» sacados unos de una obra de José María de Areilza y oídos otros en una conferencia de Javier Tusell.

En el *Diario de un ministro de la Monarquía*, de Areilza, nos encontramos, por ejemplo, con el *deal* (deal), el *briefing* (briefing) y el *showdown* (showdown), con los *marines* (marines) y con *off the record* (off the record) (1).

Resulta especialmente interesante explorar el campo de las posibilidades que tiene el español de expresar el concepto de «showdown»: choque deci-

(*) Aquí y en adelante, las palabras y frases en cursiva son anglicismos, o bien en sentido absoluto o bien en el sentido de que han sufrido, en mayor o menor grado, el influjo de los vocablos ingleses que vienen entre paréntesis.

(1) Págs. 26, 66, 181-212, 183-188, 44-189.

sivo/definitivo, conflicto decisivo/definitivo, enfrentamiento decisivo/definitivo, momento decisivo, hora de la verdad, ajuste de cuentas definitivo, disyuntiva decisiva, trance crítico.

Con tal abundancia autóctona, ¿para qué echar mano del extranjerismo? ¿Por comodidad? ¿Por dejadez? Tratándose de don José María de Areilza, no parece probable. ¿No sería más bien para «epatar» un poco al lector con el sutil alarde del anglicismo, de indudable «cachet» democrático?

Pasemos a la conferencia del señor Tusell, en la cual aparecieron, entre otras donosuras, el *boom* (boom), el *timing* (timing) y el *gap* (gap).

Ya por el año 1977 hacía cabriolas con el *timing* ese gran espigador de palabrejas y de anécdotas que es Francisco Umbral: «Toda la clase política habla del *timing*. El *timing* es la cadencia con que han de producirse los acontecimientos liberalizadores del país. Unos quieren más cadencia y otros quieren menos. No tiene nada que ver el *timing* de Camacho con el *timing* de Girón» (2). Umbral nos proporciona la equivalencia castellana «cadencia»; pero ni con «cadencia», ni con «ritmo», ni con «compás», ni con «tiempo», habría conseguido el efecto de jocosa pirotecnia lingüística que perseguía. Tusell pudo haber hablado del «calendario», o de los «plazos» o, quizá, de la «coordinación» de las medidas gubernamentales, pero no habría tenido en absoluto la misma gracia.

En cuanto a *gap*, hay que reconocer que más cortito y más cómodo imposible. Para convencerse de ello basta con repasar la lista de las posibilidades castellanas: bache, abismo; escisión, ruptura, solución de continuidad; hueco, hiato, paréntesis; desajuste, desequilibrio, descompensación; y el caso concreto de «generation gap»: enfrentamiento, conflicto o choque generacional; incomprensión o incompatibilidad generacional; diferencia(s) o disparidad generacional(es); distanciamiento o separación generacional; enajenamiento o enajenación generacional.

ALGUNOS VERBOS

El influjo anglicista se manifiesta muchas veces de una forma bastante menos descarada que en los casos que acabamos de enumerar. Veamos el ejemplo concreto del verbo *distorsionar*. Hasta hace poco, el español se defendía perfectamente con verbos tales como «deformar» y «tergiversar», pero, de pronto, surge este nuevo. ¿Por qué? Es cierto que existía el sustantivo «distorsión». Sin embargo, ¿no andará entre bastidores el «distort» inglés?

(2) *Crónicas postfranquistas*, pág. 83.

Otros casos parecidos son los de *posicionar*, *cuestionar*, *contemplar* y *orquestrar*. ¿Posicionar tiene su origen en «posición» o en «to position»? (no faltaban verbos: colocar, situar, ubicar). La acuñación de *cuestionar* (es decir, «poner en duda», «poner en tela de juicio», «poner en entredicho», «expresar reservas con respecto a», «impugnar») parece indudable que se debió al influjo semántico de «to question»; y otro tanto puede decirse de *contemplar* (= prever, entrafñar el proyecto o la posibilidad de) en su relación con «to contemplate». En cuanto a *orquestrar* (= organizar, dirigir), salta a la vista que se trata de un calco de «to orchestrate».

ADJETIVOS Y ADVERBIOS

Tampoco dentro del ámbito del adjetivo y del adverbio escasean los ejemplos de anglicismos tanto «crudos» como en forma de calco; *crucial* (crucial); *gradual* (gradual); *considerable/significativo* (considerable, significant); por ejemplo, «se ha producido un incremento considerable/significativo de la tensión internacional» (a considerable/significant increase); *obviamente* (obviously); *altamente* (highly); por ejemplo, «el presidente calificó la visita de *altamente positiva*» (highly positive). Posibles equivalencias tradicionales serían, respectivamente: decisivo, paulatino, importante, evidentemente, sumamente.

LOS SUSTANTIVOS

Sin embargo, igual en la esfera política que en las demás, es en la categoría del sustantivo donde encontramos mayor abundancia de anglicismos y en donde estriba, principalmente, su interés psicosemántico.

Como ya se ha indicado, algunos son de bastante larga data, según lo atestiguan el *bluf* (bluff), el *boicot/boicoteo* (boycott), el *comité* (committee) y el *mitin* (meeting).

Es interesante constatar que todas estas palabras son anglicismos galicistas, que llegaron al español no directamente del inglés, sino por conducto del francés, fenómeno que sigue dándose a veces:

Escalada < escalade < escalation.

Gabinete de estrategia < cabinet de stratégie < (strategy) think-tank.

EL COMITE Y EL MITIN

Significando, en esencia, lo mismo que «junta», *comité* suele sugerir, empero, ciertas connotaciones que hacen que su uso sea, en determinados casos, poco menos que obligado; por ejemplo, basta con oír o leer la frase «el comité central» para saber, sin más, de qué partido se trata.

El vocablo *mitin* (*), que se usa casi exclusivamente en el ámbito político, con el sentido básico de «reunión», al ir evolucionando semánticamente ha llegado a tener, en general, un matiz despectivo; «concentración (política) ruidosa y alborotada»; y no hablemos de la expresión «dar un/el mitin» (= armar un escándalo/un zipizape).

Dentro de este mismo campo psicosemántico es interesante advertir la aparición de una notable acuñación autóctona: «movida» = concentración, acontecimiento, movimiento (espontáneo del pueblo). De lo más sugestivo resulta el contraste entre el «Movimiento Nacional» de ayer y la «movida democrática» de hoy. Sin embargo, tan castiza, a su manera, la segunda como el primero. No todo han de ser extranjerismos.

El *happening* (happening) casi parece que ha pasado ya a la historia.

EL GABINETE Y LA ADMINISTRACION, EL ESTADO DE BIENESTAR
Y EL ESTADO DE EMERGENCIA

El rancio anglicismo/galicismo *gabinete* (cabinet) parece que va perdiendo cada vez más terreno frente al autóctono «consejo de ministros». En cambio, goza de cierta vigencia la frase *shadow cabinet* (shadow cabinet), no con el sentido que tiene en la lengua de origen, sino, como con tanta frecuencia sucede, con otro bien distinto: «grupo de poder/presión» dentro del Gobierno: por ejemplo, los «barones» de UCD, es decir, una especie de *lobby* (lobby).

Dicho «shadow cabinet» constituye uno de los eventuales componentes de la *maquinaria gubernamental* (machinery of government), y, tratándose de un Gobierno, *Ejecutivo* (Executive) o *Administración* (Administration) de derecha o de centro-derecha, caso de UCD, tanto el grupo de poder que funciona «en la sombra» como el propio consejo de ministros es más que probable que estén integrados por figuras del *Establishment* (Establishment), es decir, por «los de siempre».

(*) De creación bastante más reciente son «mitinesco» y «mitincar».

Era tradicional entre los españoles que el concepto de «Estado» fuese despectivo; la esencia del Estado se resumía en dos entidades: la Guardia Civil y Hacienda («palo e impuestos»). Pero, ahora ya, importada de «Anglosajonia», va cundiendo otra idea: la del *Estado de bienestar*, del *Estado asistencial*, del *Estado providencia* (Welfare State).

Otra importación digna de mencionarse es el *discurso y debate del estado de la nación* (State of the Nation speech and debate); y vamos a hacer constar, también, que si en algún momento se presenta la necesidad de hablar de lo que antes se llamaba «estado de urgencia o de excepción», ahora ya la frase que se emplea muchas veces es *estado de emergencia* (state of emergency).

EL LIDER, EL PRESIDENTE Y EL NEMBERGUAN

Como ya sabe todo el mundo, en los países anglosajones, el jefe, dirigente o mandatario político se llama «leader», y de ahí que, en la España democrática, el empleo de esta palabra, ya convenientemente adaptada a la ortografía hispana, vaya siendo cada vez más frecuente.

Dice José Luis Aranguren que «es significativo que sólo a los deportistas y a los políticos que encabezan los partidos les llamemos líderes. El líder es una figura democrática. Mussolini, Hitler, Franco no fueron líderes, sino Duce, Führer y Caudillo» (3).

Siempre surge la excepción: por ejemplo, cuando Emilio Romero, en su *Prólogo para un Rey*, nos dice que, en la última etapa del cuarentañismo, «el líder más característico de los falangistas era José Antonio Girón» (4). Ahora bien, cuando se trata de un jefe democrático, casi siempre la palabra preferida es, efectivamente, *líder*, y para expresar la actividad de este *animal político* (political animal) hasta se ha creado el verbo *liderar* (*). «Giscard y Schmidt: el eje Bonn-París para liderar Europa» (5).

Igual que, como ya quedó indicado, el Movimiento Nacional se ha visto desplazado por la movida democrática, el Caudillo absolutista, al pasar a mejor vida, cedió el paso al *líder dialogante y consensuado* (leader engaging in dialogue and acknowledged by consensus).

Franco lo que hacía era «ostentar la jefatura del Estado»; Felipe González «detenta el *liderazgo*» (leadership), o bien el «protagonismo», pues, también en este caso, el castellano ha demostrado que, aunque el anglicismo

(3) «La estampa de los líderes», *El País*, 24 de octubre de 1982, pág. 13.

(4) Pág. 146.

(*) También ha aparecido el adjetivo «líderal».

(5) *Cambio 16*, 20 de julio de 1980, pág. 31.

campe bastante por sus respetos, no le va demasiado en zaga la creatividad nativa.

En el español, el líder del partido que gana las elecciones se convierte en presidente; en el inglés, se convierte o bien en «President» o bien en «Prime Minister», según los casos. Pues bien, se cuenta que, en cierta ocasión, cuando todavía no se sabía quién iba a conseguir la presidencia, los contrincantes Adolfo Suárez y Alfonso Osorio, entre jocosos y esnobistas, se dijeron el uno al otro:

—¿Osorio «for President»?

—¿Suárez «for President»?

Cayeron en la trampa: eran aspirantes no a «President», sino a «Prime minister». Y ¿qué hacemos entonces con la señora Thatcher? Pues es un problema. Por supuesto que para los ingleses la señora Thatcher es, en efecto, un problema, por no decir un problemón: un problema *político*. Y también para los españoles es un problema, sólo que, para ellos, el problema es *lingüístico*:

—Vamos a ver: dicha señora, ¿no es, acaso, presidente del Gobierno británico?

—Pues sí, lo es, claro; lo que pasa es que, como en inglés se dice «Prime Minister», en este caso los massmedia han elegido la solución literal: «la primera ministra británica»..., bueno, «la primera ministra» o bien «la primer ministro», o bien «la primera ministro», o bien «la primer ministra»... (*).

—¿No sería más fácil «la presidente del Gobierno»?

—¿La «presidenta» o la «presidenta»?

—Bueno, «la jefe del Gobierno».

—¿La «jefe» o la «jefa»?

—Mire usted, ya está bien; ya me están cargando tantos tiquismiquis idiomáticos. Se acabó.

Verdaderamente, no es de extrañar que más de uno haya optado por «la Prime Minister», así, en inglés, por las buenas o por las malas.

De lo que no hay duda es de que el presidente es el *Nemberguán* (Number One):

«Cárter se tiró al cuello de Suárez como si fuera el cuello de botella del estrecho de Ormuz, y le entregó el toisón de Nemberguán... Y eso que el señor Gámir, que es el seximbol del gabinete y quiere ser *nembertú* (number two), no soltaba la mano de Cárter» (6).

(*) Todas estas formas han aparecido en la prensa española.

(6) PEDRO RODRÍGUEZ: «Prepare su moción», *Hoja del Lunes*, 30 de junio de 1980, pág. 3.

En general, no es lo mismo el Nemberguán que el número uno: el Nemberguán es político; el número uno suele serlo de unas oposiciones, si bien alguno hay que reúne las dos cosas; caso de Manuel Fraga, número uno de varias oposiciones y Nemberguán de Alianza Popular.

«En España —ha dicho Javier Tusell— hay, muchas veces, más que partidos políticos, partidos *de* políticos», y es que casi todos sueñan con alcanzar el rango de *superstar* (Superstar).

EL EQUIPISMO Y LOS «FONTANEROS»

Para realizar su misión, el líder/presidente necesita un grupo de ayudantes y de asesores teóricos o *cabezas de huevo* (egg-heads): los «hombres» del presidente. Pertenecen ya al pasado la cursilería del séquito y la afectación del «entourage»; lo que se impone en nuestros días es el *equipo*, el *team*; el báculo del presidente moderno es su *staff* (staff).

¿Y los *fontaneros* esos de la época de Suárez? Pues, aunque parezca mentira, otra vez se trata, seguramente, de un influjo del inglés. Lo de los «fontaneros de la Moncloa» o la «fontanería monclovita», es decir, un grupo de asesores más bien clandestinos o que estaban «en la sombra», derivaba, según dicen, del concepto del *Watergate*, entremezclado más o menos consciente o inconscientemente con la idea del *váter* (water-closet). Los «fontaneros» fueron, un día, los «back-room boys» de la política española.

Y entre dichos «hombres» del presidente, los hay de la *línea dura* (hard-liners), los *halcones* (hawks), y los hay *blandos* (soft-liners), los *palomas* (doves).

LA ALTERNATIVA, EL ESPECTRO Y LA PLATAFORMA

Cada presidente de partido, cual denodado espada, ofrece su *alternativa* (alternative) o su *opción* (option).

Pilar Urbano ha hablado del «cliché-mensaje» socialista de que «no hay alternativa», al que Manuel Fraga responde, airado, «claro que hay alternativa, vaya si hay alternativa... los socialistas, encima de hacerlo mal, nos quieren convencer de que no se puede hacer mejor» (7).

En la época de Franco, la consigna era «café para todos», «Movimiento o Movimiento». En cambio, el juego democrático consiste en el *pluralismo* (pluralism), en gozar de la libertad de poder elegir entre una gama de posi-

(7) «Marketing (sic) para Fraga», ABC, 21 de julio de 1985, pág. 20.

bilidades: al electorado se le ofrece un amplio abanico o *espectro* (spectrum) de opciones.

El contenido de cada opción viene pormenorizado en un programa o manifiesto, que se preconiza desde la tribuna electoral, o sea desde un estrado, una tarima o una *plataforma*, llegando a veces esta última palabra, por contagio del vocablo inglés «platform», a usarse con el sentido del programa mismo. Por influencia estadounidense, sucede otro tanto con el anglicismo «crudo» *ticket*.

EL ESCENARIO Y LOS PARAMETROS, EL EQUILIBRIO DE PODERES Y LA MAYORIA SILENCIOSA

Cabe decir que, en cierto sentido, los partidos constituyen el *escenario* (scene/scenario) o *paisaje* (landscape) o *contexto* (context) en el cual actúa la clase política, pugnando los líderes por *manipular* (manipulate), de la manera más conveniente, el *equilibrio de fuerzas* o *equilibrio de poderes* (balance of power).

Sin embargo, en un sentido más literal, el palenque o la palestra principal de la actividad política española lo representa, naturalmente, el Palacio de las Cortes, el *Parlamento* (Parliament).

Por otra parte, en la Constitución vienen señalados los *parámetros* (parameters) y las *coordenadas* (coordinates) de los cuales no debe salirse dicha actividad.

Los partidos luchan por lograr una mayoría, de ser posible amplia, holgada, o bien, como ha llegado a decir cierto comentarista ebrio de libaciones anglicistas, *una comfortable mayoría* (a comfortable majority); y, desde luego, a todos les interesa ganarse, si pueden, *a la mayoría silenciosa* (the silent majority), expresión que algo ha tenido que ver, quizá, con la génesis, en el cerebro de Manuel Fraga, del concepto de «la mayoría natural» de la derecha bautizada por Areilza con el calificativo de «civilizada».

LA CONFRONTACION, LA «PATATA CALIENTE» Y LA ESCALADA

Es en las Cortes, entonces, donde se produce el enfrentamiento o la *confrontación* (confrontation) entre los adversarios u *oponentes* (opponents), allí donde se discuten los contenciosos, las grandes cuestiones polémicas de la vida política española, allí donde los líderes miden su fuerzas en la prueba o el *test* (test) de los grandes debates.

En este ámbito, nos encontramos esporádicamente con el adjetivo *controversial* (controversial), y, al comprobar que prospera poco, nos preguntamos por qué. Quizá sea porque, además de ofrecer voces como «polémico» y «controvertido», el español ha dado otra demostración de su vitalidad creadora proporcionándole al hispanohablante la gráfica palabra «conflictivo».

Claro que los conflictos y la conflictividad surgen porque hay *problemas* (problems), y para los políticos casi no hay otra cosa. Desaparecieron las «dificultades», los «inconvenientes», las «desventajas», las «pegas». Ahora ya, lo que hay son problemas y, de vez en cuando, alguna *patata caliente* (hot potato): «la patata caliente del déficit público» (8), «la patata caliente del presunto espionaje policial a miembros y actividades de *Alianza Popular*» (9). De nuevo, Estados Unidos al canto.

Lógicamente, en el país del «King Size» no van a andar perdiendo el tiempo con nimiedades tipo dificultad y pega. Si el asunto vale la pena de que se ocupen de él, tiene que ser, por lo menos, un problema, y, si no, será una crisis. Una cosa gorda, vamos. El político que no sepa magnificarlo todo poco ha de durar. Por eso, nos vemos cada dos por tres abocados a la intensificación o *escalada* (escalation) de lo que sea.

EL CONSENSO, EL COMPROMISO Y EL ACUERDO RAZONABLE

«Suárez's men were a grey and mediocre team. But they succeeded where the republicans failed, chiefly because *they sought agreement with other political parties* before carrying out their policies» (David Gilmour) (10).

De todas las palabras que vienen jalonando la reciente historia de España quizá sea la más preñada de significación *consenso* (consensus).

A partir de 1975, el *statu quo* franquista, la llamada «democracia orgánica», comienza a resquebrajarse seriamente, y el concepto democrático anglosajón, la pretendida «democracia sin adjetivos», va adquiriendo un «status» cada vez mayor; la psicosis expresada en la lapidaria frase «contubernio democrático» se va desvaneciendo ante la constante afluencia de ideas y actitudes más realistas y más sanas, para dejar paso, por fin, al consenso democrático, etapa alcanzada gracias a la perseverancia de unos y otros en el sistema del *diálogo* (dialogue), de acuerdo con la pauta marcada por el mismísimo Churchill: «Jaw-jaw is better than war-war.»

(8) LUIS A. LERENA, en *ABC*, 22 de julio de 1985, pág. 34.

(9) LORENZO CONTRERAS, en *ABC*, 13 de julio de 1985, pág. 17.

(10) *The Transformation of Spain*, pág. 273.

Otra palabra clave de la transición y afín, en su aura semántica, a «consenso» ha sido *compromiso*.

Vocablo de larga tradición en el castellano, con acepciones como «obligación contraída», «cita social» y «situación apurada», por influencia del «compromise» inglés ha llegado a emplearse para expresar, con matiz neutro o más bien favorable, el sentido de «transacción», «ajuste». Falta hacía, puesto que, como es sabido, para la mentalidad española la idea del acomodamiento ha sido, históricamente, de signo negativo y despectivo, deslizándose casi siempre por la despreciable pendiente de la temporización, la claudicación y la capitulación, con acompañamiento de fatídicos apaños, odiosos chanchullos, nefandas componendas y vergonzosos pactismos.

A este respecto, resultan sumamente reveladoras frases como las siguientes: «no valen las medias tintas», «o se es o no se es», «es un tío que siempre nada entre dos aguas», «esto no es ni chicha ni limonada», «es una cosa ni fu ni fa».

Con el compromiso a lo anglosajón, quedaron ya periclitadas la «dialéctica de los puños y de las pistolas» y otras «dialécticas» del mismo jaez; vino la hora de la «concertación», de las conversaciones y negociaciones tranquilas conducentes a un equitativo término medio, a un *acuerdo razonable* (reasonable agreement).

Por supuesto que estas frases no siempre reflejan con toda exactitud la realidad. Es evidente que hay ocasiones en las cuales la «concertación» se distingue poco del *chalaneo* (horse-trading). Por otra parte, el vicepresidente del Gobierno actual ha llegado a hacer, en una conferencia pronunciada en Oxford, la siguiente confesión: «No podemos jactarnos de nuestros éxitos, pues no conviene chincar a los 'poderes fácticos'; de forma que, a veces, cuando decimos que hemos conseguido un 'acuerdo razonable' con tales o cuales sectores, esto lo que significa es que les hemos pegado un buen palo.» Con lo cual queda de manifiesto que, con tal de proteger la «precaria flor de invernadero que es la democracia española», un socialista sevillano es capaz de seguir el sistema inglés y manejar como el lord oxoniense más pintado el eufemismo hipócrita o la hipocresía eufemística.

LA MODERACION

Para instaurar primero y afianzar luego la democracia, tan fundamental como el diálogo era la tranquilidad. Después de ganar las elecciones de 1982, Felipe González hizo en una entrevista esta declaración: «'Sosiego' es la palabra que siempre me ha impresionado más del castellano, y el mensaje

más importante que en estos momentos se puede enviar a los españoles es el de la esperanza y el 'sosiego'» (11).

No obstante, la palabra que se ha convertido en uno de los lemas más insistentes del Gobierno socialista no es ni «tranquilidad» ni «sosiego», ni tampoco «mesura» ni «comedimiento», sino *moderación*. ¿Mera casualidad que coincida, prácticamente, con el vocablo inglés «moderation», y que una de las características más esenciales del inglés y de lo inglés sea, o haya sido, «moderation in all things»?

Total, que sin el «diálogo moderado» o la «moderación dialogante», no hay nada que hacer. ¿Cambio? Por supuesto, pero sin exageraciones: de marxismos, por ejemplo, ni hablar. Moderación.

Marcó la pauta Suárez al rechazar categóricamente la idea de una ruptura súbita: nada de precipitaciones, ni de violencias, ni de maniqueísmos, ni de maximalismos. El camino que había que seguir era el de un reformismo paulatino; lo bueno era el *gradualismo* (gradual).

Esta onda, como otras muchas, la captó pronto Francisco Umbral: «El gradualismo, y ya la palabra en sí lo dice, es un reformismo desacelerado, una desaceleración atenuada, una atenuación controlada. O sea, como organizar la moderación, pero hacia adelante» (12).

«Luis María Ansón es partidario de organizar la moderación... Ahora, parece que lo que ha venido es una etapa de calma y moderación. Una moderación no muy organizada, pero moderación al fin. Aquello que dijo Goethe 'prefiero la injusticia al desorden' podría traducirse hoy, en España, por 'prefiero la injusticia a la desmoderación'. Ante todo, moderarse» (13).

Pues ¿cómo había España de ponerse a la altura de Europa sin que, antes, se implantara la medida?

Ahora bien, como es lógico, tanta moderación no ha dejado de suscitar críticas, pues ella comporta la izquierdización de la derecha y la derechización de la izquierda, y, al derechizarse, la izquierda se expone al peligro de diluirse y acabar siendo «un socialismo *descafeinado*» (decaffeinated): «Las medidas que toma el Gobierno serán necesarias», ha dicho hace poco Nicolás Redondo, «pero no son de izquierdas», y Pilar Urbano ha comentado: «Lo de este Gobierno es un socialismo *light*, bajo en toxinas de utopía. Quizá ése sea, al fin, el único 'cambio' logrado» (14).

(11) *El País*, 2 de noviembre de 1982, pág. 60.

(12) *Crónicas postfranquistas*, pág. 256.

(13) *España cañí*, pág. 101.

(14) *ABC*, 24 de julio de 1985, pág. 12.

LA FLEMATIZACION DE UN PUEBLO

España era un país dramático; casi era, por antonomasia, «el país dramático»: el país de *Sangre y arena* y de *Bodas de sangre*, de *Carmen*, del *Bolero* y del *Amor brujo*, de *Death in the Afternoon* y de *For Whom the Bell Tolls*.

Pues he aquí que llega don Adolfo y dice, por cierto no sin su poquito de contradictoria teatralidad: «Señores, ya está bien de dramatismos; si queremos un país democrático, un país serio, lo primero que hay que hacer es desdramatizar las cosas, echarle al asunto un poco de flema británica.»

Y, hoy día, el hispalense Felipe sigue la misma trayectoria, dándoselas de más «moderao» y más «sosegao» y más flemático que nadie, y colgándole al galaico don Manuel, con todo su bagaje embajatorio londinense, el sambenito de extremoso, violento y «*mercurial*» (mercurial) (15). Es curioso, quien quiso britanizarse fue Manuel Fraga, pero quien se aprendió la lección de la moderación fue Felipe González.

EL PAIS QUE FUE DIFERENTE

Sí, España era un país dramático, lleno de gentes pintorescas, apasionadas y exaltadas; España era *diferente*.

Pero, ahora ya, lo que se persigue es que deje de ser diferente, que se vaya volviendo más como los demás, y cuanto antes mejor; lo que interesa es su europeización. Actualmente, se ve por España un *letrado inmenso* que proclama: «Spain is *not* different. Your credit card is valid here, too».

Y ¿por qué se acuñó el eslogan «España es diferente» con el vocablo «diferente» y no con «distinto»? Elemental, mi querido Watson: sencillamente, porque en inglés se dice «different».

LA MODERNIZACION, LO OBSOLETO Y EL TUTEO

Implícito en gran parte de lo que venimos diciendo va el concepto de la *modernización* (modernisation). ¡Fuera lo anticuado, lo trasnochado, lo *obsoleto* (obsoleto)!

Para muchos, entre los elementos obsoletos merecedores de pronta liqui-

(15) *Cambio* 16, 29 de abril de 1985, pág. 21.

dación se encuentra el tratamiento de usted, que les huele no sólo a clasismo y servilismo en general, sino concretamente a opresión franquista.

A propósito de este tema, Antonio Burgos, bajo el título *El compadreo del tuteo*, escribe lo siguiente:

«Los tiempos en que partidos nuevos, formados de aluvión por arribistas y trepadores, copan el Poder, son propicios al tuteo. Gobiernan gente que osadamente le han tuteado al Poder hasta quedarse con él; y, por tanto, creen que pueden tutear a todo el mundo. Hubo en España un apogeo del tuteo cuando los falangistas llegaron al Poder y hay nuevamente en España un apogeo del tuteo cuando los socialistas han llegado al Poder.

—De tú, camarada —decían aquéllos.

—De tú, compañero —dicen éstos» (16).

Por supuesto que el tuteo español actual no ha tenido su origen en el ejemplo falangista, pero sí, quizá, por lo menos en parte, en el ejemplo anglosajón. ¿No tendrán algo que ver el anodino y omnímodo «you», el trato campechano del norteamericano a base de vocativos como «pal» y «buddy» y las aspiraciones igualitarias que se manifiestan en la Gran Bretaña cuando la cobradora del autobús utiliza para dirigirse al pasajero la palabra «dear», o cuando los locutores de la BBC hablan, por ejemplo, de Mr. «Ted» Heath o de Mr. «Tony» Benn?

Ahora bien, resulta que, para casi todo el mundo, el presidente del Gobierno de España no es, muchas veces, ni «el señor presidente», ni «el señor González», ni «don Felipe», ni siquiera «Felipe González», sino sencilla y llanamente «Felipe». Esto, al margen de la sugerida influencia anglicista, incita, sin duda, a una generalización del tuteo. Hay que modernizarse.

EL SINDROME (SYNDROME)

Para lo que la postura moderada ha resultado más imprescindible ha sido para evitar, después del 23 de febrero de 1981, un recrudescimiento del temible *síndrome militar*; otro esperpéntico «tejerazo» y España se vería reducida, ante la opinión mundial, al tristísimo rango de *república bananera* (banana republic). «¿Que no quieren ustedes involuación? Pues, entonces, ¡mucho ciudadano con la revolución!» Total, que ni democracia «orgánica» ni democracia «popular»: democracia moderada; y, a raíz del 23 F, se impuso el *síndrome del miedo*, por el cual estuvo totalmente mediatizado el Gobierno de Calvo Sotelo.

(16) ABC, 15 de agosto de 1985, pág. 17.

No deja de ser notable que con la frase *síndrome militar* haya penetrado ya el anglicismo en un ámbito tan castizo como el de la militarada, del cuartelazo, del pronunciamiento.

Desde luego, se trata de un término que cada vez hace mayor fortuna en una gama de contextos cada vez más extensa. Medio olvidado ya el *síndrome tóxico*, los españoles se han encontrado, últimamente, no sólo con nuevos brotes del inacabable *síndrome del Norte* y del ominoso síndrome de *inmunodeficiencia adquirida*, sino también con el síndrome Preysler y el *síndrome «Azor»*. Y, a mayor abundamiento, ahora asoma Juan Tomás de Salas con el *síndrome de Penélope*:

«Una de las características más insidiosas de la historia contemporánea española es lo que podría llamarse *síndrome de Penélope*, nuestro permanente afán de destruir o denostar el pasado reciente para construir encima otra vez, pero empezando de cero, como si todo lo anterior no valiera nada de nada» (17).

EL MENSAJE Y LA HONESTIDAD, LA PUBLICIDAD Y EL MARKETING

Todos los líderes políticos tienen su *mensaje* (message). En el caso de Felipe González, por ejemplo, se trataba, según la fórmula presentada por *El País*, de «un mensaje ético de limpieza y de *honestidad* en la gestión pública». Una de las metas principales que, al llegar al poder, iban a perseguir los socialistas era la de lograr el saneamiento moral o la *honestización* del Estado.

Parece indudable que el auge de *honesto/honestidad* se debe, fundamentalmente, al influjo anglicista (honest/honesty). Sin embargo, ¿no obedecerá también, en alguna medida, a una cierta contaminación psicológica de «honrado»/«honradez» con la moral o moralina de la época franquista?

Para divulgar o *comunicar* (communicate) su mensaje, el político necesita de la *publicidad* (publicity), vocablo que ha dado prácticamente al traste con la malhadada «propaganda», y que nos sirve de enlace o *conexión* (connexion) con los *massmedia* (mass media), conducto obligado para todo líder que quiera presentar, de forma convincente, ante el electorado el *paquete de ideas* (package of ideas) o la *oferta ideológica* (offer of ideology) de su partido, en combinación con su propia personalidad. Para *vender* (sell) estos *productos* (products) hacen falta unas buenas *relaciones públicas* (public relations) y un buen *márketing* (marketing technique/campaign).

(17) *Cambio* 16, 11 de noviembre de 1985, pág. 5.

Claro que algunos «productos» exigen una comercialización más *sofisticada* (sophisticated) que otros; bajo el epígrafe *Márketing (sic) para Fraga*, Pilar Urbano escribe:

«Fraga, *incuestionable* (unquestionable) capital político de la derecha española, está huérfano de un *mánager* (manager) que le haga rentable. Un buen *gabinete de estrategia* (cabinet de stratégie/[strategy] think-tank) cumpliría recomendándole un repertorio de 'posturas a evitar' y 'actitudes a adoptar'» (18).

LA IMAGEN

Para algunos, Adolfo Suárez fue el gran arquitecto de la democracia española; para otros, el gran mago de la fantasmagoría transicional televisiva. Pero de lo que no hay duda alguna es de que, en la realización de su política, desempeñó un papel fundamental la *imagen* (image) de hombre tan eficaz como encantador que, durante bastante tiempo, logró mantener ante el público español.

José Luis Aranguren, que ha escrito extensamente sobre la cultura y la civilización de la imagen, ha dicho que vivimos en un mundo en el cual «la imagen prevalece sobre la realidad». Dadas tales circunstancias, para el líder político es, lógicamente, de suma importancia que se proyecte una imagen suya que resulte lo más conveniente y halagüeña posible. Ya lo había dicho, mucho antes del advenimiento de la sociedad de la imagen, Ortega y Gasset: «En España, para persuadir, es menester, antes, seducir.»

Acatando este axioma es como consiguió lo que consiguió Suárez y también como consigue lo que está consiguiendo ahora Felipe González, de quien la periodista Rosa Montero ha dicho, precisamente, que «posee, sobre todo, una deslumbrante capacidad de seducción» (19).

El jefe socialista español ha declarado que le espanta lo que él llama «la institucionalización de la imagen». No obstante, hace David Gilmour la aseveración siguiente: «The success of the Spanish Socialist Party between 1977 and 1982 can be ascribed, above all else, to the image of its secretary-general: attractive, honest, 'simpático', moderate and convincing» (20).

En tiempos, el jefe político, al enfrentarse con la prueba que supone siempre el *proceso decisorio gubernamental* (decision-making process of government), tenía que dar la talla; hoy en día, cuando afronta, según la jerga

(18) ABC, 21 de julio de 1985, pág. 20.

(19) «Felipe González», *El País Semanal*, 7 de noviembre de 1982, pág. 51.

(20) *The Transformation of Spain*, pág. 260.

actual, el *desafío* o *reto* (challenge) de ese mismo proceso, lo que tiene que dar, sobre todo, es la imagen, una imagen convincente y seductora.

EL «LEOPOLDO STYLE»

Quien no logró seducir a nadie fue el pobre Leopoldo Calvo Sotelo. Hombre de costumbres muy morigeradas y de poca o ninguna imaginación, serio, casi tétrico, desprovisto de atractivo popular, daba una imagen gris.

Como estilo, en el sentido en que normalmente se entiende este vocablo, Calvo Sotelo carecía totalmente de él, a los ucedistas les dio por hablar del *Leopoldo style*, que, sin que se supiera a ciencia cierta en qué consistía, parecía que tenía que ser una cosa inglesa y, por tanto, buena.

EL CARISMA Y EL GLAMOURISMO

Se ha dicho que en la política se congregan algunos de los elementos peores tanto de la teología como del teatro, siendo, quizá, los más destacados el *carisma* (charisma) y el *glamour* (glamour).

A veces no resulta nada fácil deslindar los espacios semánticos ocupados por estos vocablos, pues vienen a ser como dos facetas de un mismo atractivo, dos aspectos de una misma fuerza magnética o imánica.

Hay líderes en los cuales se da un aspecto más que el otro, y los hay que reúnen las dos cosas; éste parece que es el caso de Felipe González. Por un lado, resulta que el ser el líder socialista agnóstico no es óbice ni valladar para que, en palabras de Francisco Umbral, «nos reparta a todos la eucaristía de la moderación» (21), y, por otro, según nos cuenta Emilio Romero, parece que algunas mujeres han llegado a compararle con Felipe el Hermoso.

José Luis Aranguren dice que «un aura, un glamour, una admiración colectiva han de envolver al líder para que éste sea considerado tal» (22).

LO SEXY, EL SEXY, EL SEX-APPEAL Y EL SEX-SYMBOL

A partir del 20 de noviembre de 1975, el dirigismo político-sexual de la época franquista se ve ya aceleradamente desplazado por un espíritu de

(21) «La moderación», *El País*, 3 de octubre de 1982, pág. 37.

(22) «La estampa de los líderes», *El País*, 24 de octubre de 1982, pág. 13.

permisividad (permissiveness), de resultas del cual se produce una auténtica oleada de publicaciones de tipo político-pornográfico y una escalada *en tándem* (in tandem) de la concienciación política y sexual.

Es entonces cuando Emilio Romero escribe sus *Cartas pornopolíticas* y Francisco Umbral no para de hacer piruetas sicalípticas y rocambolescas en torno a la «pornocracia», al tema de *sexo y política* (sex and politics). «Para el mensaje político, ningún medio mejor que el medio muslo femenino de una foto porno... Los políticos, tanto los de un lado como los de otro, van comprendiendo aquello tan francés de 'buscar a la mujer'. Y, si es posible, en desplegable. Al propio Kissinger le iba mejor la política cuando se rodeaba de bellas 'pin-ups' y dulces 'call-girls'... La política, que se ha servido siempre de todo, está empezando ahora a servirse del sexo» (23).

En Madrid y en Barcelona, en las carteleras y en los neones de los «cabarets», de las «boîtes» y de los *naiclús* (night clubs), aparecen letreros como los siguientes (algunos citados en ... *y habitó entre nosotros*, obra de historia/política-ficción de Fernando Vizcaíno Casas):

«Placeres prohibidos en Dinamarca».

«El sexy-loco».

«Espectáculo a base de números varios y sexy-sexy».

«El maravilloso show sexy-bon».

«La bombonera sexy-snob-extra».

En la *prensa amarilla* (yellow press) y hasta en la no amarilla se hablaba constantemente del «joven y guapo líder de UCD» y del «joven y guapo líder socialista», y del *sexy* o *sesapil* (sex appeal) de los dos.

Contagiándose de la misma fiebre, cierta prensa inglesa llegó a hablar de «Suave Suárez» y «Gorgeous González», e incluso el comedido *Times*, en un artículo titulado *Speedy González Sets a Hot Pace*, reconocía, en junio de 1977, que «Mr. González is a shrewd operator and possesses political sex appeal». Por otra parte, en España, según Emilio Romero, algunas mujeres veían a Felipe González como un *seximbol* (sex symbol) y hasta le inventaban «leyendas de duquesas».

Tanta importancia concedida a un asunto de mera imagen superficial, epidérmica, *cosmética* (cosmetic), semejante *trivialización* (trivialising) del proceso político, todo esto llegó, como no es muy de extrañar, a poner de bastante mal humor al señor Fraga, quien, al final de las elecciones, exclamó, con cierta aspereza no exenta de galaica sorna: «Ya se acabó el concurso de belleza. A ver si ahora hacemos un poco de política.»

(23) *España cañí*, págs. 20-21.

EL TOPLESS, EL TOP Y EL TOP

En la obra *Caesar and Cleopatra*, de George Bernard Shaw, se produce en cierto momento entre los protagonistas este breve intercambio:

Caesar: You have a way of mixing politics with passion.

Cleopatra: That did not begin with me. Nor will it end with me.

En efecto, y ahí están para demostrarlo las chicas *en topless* (topless) de la revista *Interviú* (interview) y de otras muchas revistas por el estilo. Dicho «topless», conocido también, castizamente, con los nombres de «destete» y «despechugamiento», es, sin duda alguna, la modalidad más relevante del fenómeno general del «destape», elemento ineludible del *estallido sexual* o de la *explosión sexual* (sexual explosion) de la transición. En un artículo titulado *Del TOP al topless*, decía, hace poco, Antonio Burgos lo siguiente: «La España que pasó de la alpargata al seiscientos no se quedó ahí. Es una España que siguió avanzando. Y es la España que ahora podemos contemplar despechugada. Porque es la España que pasó del TOP, del Tribunal de Orden Público, al 'topless'» (24).

El TOP seguramente muchos españoles jóvenes no saben lo que era; en cambio, *estar en el top* (to be at the top) sí saben lo que es casi todos. Un poco como «el gap», cuando se compara con sus posibles equivalencias castellanas, «el top», en comparación con «lo más alto, encumbrado o empingorotado», «la cumbre», «la cúpula» o «la cúspide», resulta que tiene cierto «gancho» psicolingüístico que a muchos les hace «tilín».

LA CREDIBILIDAD Y EL IMPACTO

El líder, el que está en el «top», el que asiste a las «cumbres» (summits), o sea *conferencias en la cumbre* (summit conferences), sabe que, si ha de mantenerse en tan preciada pero precaria altura, lo que tiene que hacer *prioritariamente* (as first priority) es cuidar, conservar y, de ser ello posible, ir aumentando su *credibilidad* (credibility).

En el lenguaje político español de hoy nos encontramos, a cada paso, con esta insigne importación de «Anglosajonia», hasta tal punto que no podemos por menos de preguntarnos cómo podían funcionar los políticos antes de que se introdujese. ¿Qué se decía antes? El concepto, ¿cómo se expresaba? Pues, con «(buena) fama», «(buena) reputación», o con «prestigio». Se decía, por

(24) ABC, 22 de julio de 1985, pág. 13.

ejemplo, «¡qué desprestigio!». Ahora ya, cuando sufre el político una «descalificación», lo que se dice es «¡qué pérdida de credibilidad!».

Si se deteriora su credibilidad, el político pierde categoría, (*e*) *status* (status), y baja en el *ránking* (ranking order).

En un *Cambio* 16 de 1984, bajo el epígrafe *El maestro rural de la Moncloa* (Felipe González), venía lo siguiente: «Su *impacto* de credibilidad es *altísimo*» (25), auténtica alhaja de apiñamiento anglicista que, en términos tradicionales, se expresaría así: «La influencia de su prestigio es inmensa», o bien, sencillamente, «tiene un predicamento enorme».

Cada vez asoma con más frecuencia el vocablo *impacto* (impact), alternando con «condicionamiento» y con «determinismo» y desplazando a voces como «repercusión» y «efecto», «impresión», «huella» y «mella», «influjo», «influencia» e «incidencia».

Otro fenómeno que, en este contexto, llama la atención es lo poco frecuente de la forma «influjo», en comparación con el empleo, apreciablemente mayor, de «influencia». Basta con hacer constar que en inglés se dice «influence».

Pero, al fin, por el desgaste, por la *erosión* (erosion), el político, tanto el guapo como el feo, acaba «quemado»: decae el *sesapil*, se viene abajo el *cosmético* tinglado de la imagen, merma el *impacto*, se desvanecen el *carisma* y la *credibilidad*, y se convierte el encantamiento en desencanto.

Al acercarnos al final, volvamos un momento al principio para oír unas palabras de Francisco Umbral escritas ya en etapa temprana de la transición: «... el hecho de que nuestros políticos hayan empezado a utilizar el término *timing*, tan británico, parece revelar que estamos dispuestos a hacer una política monárquico-británica y democráticoanglosajona...» (26).

Y con esa política, como ya notamos, va emparejada, naturalmente, una terminología ideada en cerebros anglosajones, terminología adoptada, en mayor o menor grado, por prácticamente toda la clase política española. ¿Consciente o inconscientemente? Pues, por lo menos en el caso de ciertas figuras clave, de forma consciente, porque, aparte de la necesidad de introducir vocablos para comunicar conceptos que no tenían expresión adecuada en el castellano, pronto cayeron en la cuenta de que unas cuantas palabras y frases inglesas, estratégicamente colocadas, por tener el marchamo, el aval y el prestigio de las grandes potencias democráticas, daban un sutil espaldarazo a los conceptos y a los argumentos y, por supuesto, a la persona que los expresaba.

(25) 29 de octubre de 1984, pág. 102.

(26) *Crónicas postfranquistas*, pág. 77.

Por otra parte, el inglés ha llegado a ser también la lengua de la mayor parte de los intercambios culturales internacionales y, en consecuencia, cualquier persona que se tenga por mínimamente culta siente la necesidad de aprenderla.

Desde luego, no todos los políticos españoles saben inglés, pero, en general, los que no, disimulan, dan a entender que sí. Como sea, hay que estar a la altura de los tiempos.

Cuando se reunían Giscard d'Estaing y Helmut Schmidt, se hablaban en inglés. El presidente de Estados Unidos habla en inglés. La primera ministra de la Gran Bretaña habla en inglés. Un anuncio que aparece, a toda plana, en la prensa española nos recuerda que «James Bond, Rocky and Superman speak English». Y Vicente Verdú opina así:

«Saber inglés opera como un signo de distinción, tan firme como pertenecer a un estrato determinado y tanto o más persuasivo que una creencia..., el inglés se ha convertido en un artículo cotizado, valor que, al margen de su uso, es intercambiable en la economía política del signo.

¿Cómo dice? ¿No sabe usted inglés? ¿Ni siquiera sus hijos saben inglés? ¡Vaya gente! Evidentemente, todo induce a pensar que esa familia no sólo carece de una renta discreta, sino que ni siquiera de su sensibilidad podrá esperarse gran cosa.

Disponer de unos ingresos aceptables, pero además contar con una mínima conciencia de por dónde va el mundo moderno, eso conlleva emparentarse con el inglés...

El inglés divide a la sociedad española por una frontera tan certera como el estatus o la edad» (27).

En efecto, el esnobismo español le exige a uno que compre en El Corte Inglés y, sobre todo, que sepa inglés. El español, cuando quiere «fardar», lo hace muchas veces a base de lo inglés y del inglés. Y la presión que genera este obsesivo afán, el político, por todo lo que supone su profesión de contacto no sólo con lo nacional sino también con lo internacional, la sufre más que nadie, y, al hablar y escribir, la exterioriza más que nadie.

(27) «El inglés», *El País*, 30 de junio de 1984, pág. 60.