

Recibido: 23 de mayo de 2008.

Aceptado: 10 de julio de 2008.

ACTIVIDADES DE IMAGEN EN LA ENTREVISTA POLÍTICA: ALGUNOS EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS DISCURSIVAS PARA LA CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN PÚBLICA¹

M^a ELENA GÓMEZ SÁNCHEZ
Universidad Europea de Madrid, España

Resumen

El objetivo de este trabajo es poner de relieve algunas actividades de imagen presentes en distintas entrevistas políticas publicadas en la prensa española. En este tipo de entrevistas, las actividades de cortesía o descortesía directamente dirigidas a un interlocutor (en este caso, el entrevistador) son más bien escasas, sobre todo si las comparamos con las actividades de autoimagen realizadas (entendiendo tales actividades de autoimagen como aquellas que tienen una repercusión —positiva o negativa— sobre la imagen del hablante, pero que no tienen un efecto sobre la imagen del interlocutor).

El corpus con el que trabajamos aquí está formado por dos entrevistas en profundidad realizadas por Pedro J. Ramírez a los dos máximos dirigentes políticos españoles del momento actual: el Presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, y el líder de la oposición, Mariano Rajoy. Nuestro objetivo es obtener algunas conclusiones que nos den pie a seguir investigando cómo estas actividades ayudan a definir la imagen pública de destacados representantes de la vida política actual.

Palabras clave: Imagen, (des)cortesía, entrevista política.

Abstract

This paper shows some facework activities developed in several political interviews published in the Spanish media. In this type of interviews, (im)politeness activities directly addressed to an interlocutor —here, the interviewer— are but a few, especially when compared to the number of self-face activities (considering them as those with a positive or negative effect for the speaker's face, but not for his/her interlocutor).

As the corpus for our analysis, we have taken two in-depth recent interviews published on *El Mundo* (and conducted by its editor, Pedro J. Ramírez), devoted to the two most

¹ Este trabajo forma parte del proyecto «Norma, discurso y español “panhispánico” en los medios de comunicación» (HUM-200500956/FILO-Plan Nacional de I+D+I).

important —at the moment— Spanish politicians: Prime Minister José Luis Rodríguez Zapatero, and Mariano Rajoy, head of the Popular Party. Our aim is to offer some valid conclusions for further research on how such facework activities help to shape the public face of relevant representatives of current political life.

Keywords: Face, (im)politeness, political interviews.

1. *Introducción*

El objetivo de este trabajo es poner de relieve algunas actividades de imagen presentes en distintas entrevistas políticas publicadas en la prensa española. En este tipo de entrevistas, las actividades de cortesía o descortesía directamente dirigidas a un interlocutor (en este caso, el entrevistador) son más bien escasas, sobre todo si las comparamos con las actividades de autoimagen realizadas (entendiendo tales actividades de autoimagen como aquellas que tienen una repercusión —positiva o negativa— sobre la imagen del hablante, pero que no tienen un efecto sobre la imagen del interlocutor. Cf. Haverkate 2001, Hernández Flores 2006²). Por otra parte, hay que tener en cuenta que aunque en el momento de realizar la entrevista el alocutor «ciudadanía» no esté presente, ello no significa que el político olvide que es precisamente a los ciudadanos a quienes se dirige y que, por tanto, debe aparecer ante ellos con la imagen pública que considere más adecuada. Así pues, desde esta perspectiva, la ausencia «física» del alocutor/interlocutor «ciudadano» (o del alocutor/interlocutor «otro representante político», por señalar otro ejemplo posible) no implica la inexistencia de estrategias de cortesía y descortesía dirigidas a esos destinatarios «no visibles», sino que, en nuestra opinión, tales estrategias aparecen integradas dentro de las actividades de autoimagen que los entrevistados llevan a cabo, y que contribuyen a configurar su imagen pública. Dicho de otro modo, lo cortés y lo descortés se hace presente en las respuestas de los políticos entrevistados al hablar de las medidas propuestas o desarrolladas por su partido, de sus apoyos y oponentes, de su percepción de la ciudadanía, etc. De esta manera, con este trabajo pretendemos mostrar el modo en que tales manifestaciones de cortesía y descortesía (no dirigidas directamente al interlocutor, sino referidas a terceros y subyacentes en las respuestas ofrecidas) se imbrican en la configuración de los discursos de los representantes políticos y, por ende, en el modelado de la imagen que de sí mismos construyen.

El corpus con el que trabajamos aquí está formado por dos entrevistas en profundidad realizadas por Pedro J. Ramírez a los dos máximos dirigen-

² Para Chen (2001: 88), la autocortesía «se refiere a los casos en los que la necesidad de proteger y reforzar la propia imagen influye en lo que se dice y la forma en que se dice» [trad. nuestra].

tes políticos españoles del momento actual: el Presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, y el líder de la oposición, Mariano Rajoy. Estas dos entrevistas se publicaron en el diario *El Mundo* (del que Ramírez es director) con un intervalo de catorce días (13 de enero de 2008 y 27 de enero de 2008, respectivamente). Por razones de espacio, en este trabajo vamos a centrarnos exclusivamente en algunos fragmentos de tales entrevistas, y en el análisis de esos ejemplos incidiremos en los siguientes aspectos:

a) actividades identificadas como corteses / descorteses y dirigidas al interlocutor.

b) actividades de autoimagen llevadas a cabo por el entrevistado (en las que, como hemos señalado, también pueden hacerse patentes muestras de [des]cortesía, aunque dirigidas a terceros); análisis del modo en que esta forma de actuar contribuye a configurar el discurso político del entrevistado.

Nuestro objetivo es obtener algunas conclusiones que nos den pie a seguir investigando cómo estas actividades ayudan a definir la imagen pública de destacados representantes de la vida política actual.

2. *La construcción lingüística de la imagen en la actividad política*

La publicación de entrevistas de carácter político es algo habitual en los medios de comunicación. También son numerosas las referencias bibliográficas que, desde diversos enfoques (retórica, pragmática, análisis del discurso, etc.) se ocupan del estudio del discurso relacionado con la política y empleado por los políticos. Por mencionar tan sólo algunas de estas referencias podemos citar, por ejemplo, a F. Mellizo (1990: 136), quien señala: «el líder no habla por hablar. Está buscando partidarios. [...] Por eso intenta poner en todo cuanto dice un poco de emoción, de sabiduría o de habilidad. Llega un momento, entonces, en que ya ni importa el sentido verdadero de los vocablos, sino su efecto acústico, su capacidad de producir impactos psicológicos sobre los oyentes, su energía para suscitar rayos polémicos y su sutileza para arbitrar disculpas»³. Respecto al reflejo de este discurso político en la prensa, T. Albaladejo (1999: 391), considera que «políticos, ciudadanos cuya actividad propia no es la política y periodistas [...] coinciden en la finalidad de influir en los lectores a propósito de decisiones o de actitudes futuras que vayan a adoptar éstos en relación con asuntos de índole política». En la misma línea incide también D. Pérez (2003: 15) cuando indica, como

³ Por otra parte, conviene tener presente que esta «búsqueda de eco», por parte de los emisores políticos, en los oyentes o lectores puede hacerse de modo que el compromiso real del emisor con respecto a aquello que dice sea sólo relativo, recurriendo, para ello, a términos generales y vaguedades (Cf. J. Chanell 1994, 34-38).

una de las intenciones del discurso político, la de «su esfuerzo por hacer comprensibles conceptos complejos e incomprensibles conceptos sencillos», que explica del siguiente modo: «En el primer caso, se busca acercar a las entendederas populares la jerga técnico-política cuando ésta expresa algo provechoso para los intereses del partido implicado, y este esfuerzo es loable. En caso contrario, cuando la realidad no conviene ser conocida, se recurre al circunloquio, la impenetrable expresión y el lenguaje críptico». No muy diferente es la opinión de A. López y J. de Santiago (2000: 91) cuando manifiestan: «El discurso político es un acto de habla pragmático, interactivo, movido por el afán de poder, que aprovecha al máximo la fuerza del lenguaje y todas las circunstancias que se dan en el acto de habla, tanto las lingüísticas como las paralingüísticas y las extralingüísticas. Es un acto de habla en el que el hablante y los oyentes comparten el contexto de una manera muy especial y bien definida, por cuanto que el primero aspira al poder de la gobernación de los segundos y éstos, por su parte, son los jueces que con su voto ratifican el cumplimiento de las aspiraciones del orador». En el caso de las entrevistas políticas que se publican en la prensa, hay que tener en cuenta, además, que si bien la dinámica del propio acto comunicativo requiere cierta improvisación por parte del entrevistado (pues debe contestar a las preguntas en un tiempo «razonable»), también le permite cierto margen para la reflexión y la selección de los términos que considere más adecuados a sus propósitos.

3. Actividades de imagen en la entrevista política. Autoimagen y descortesía

Como hemos señalado en la introducción, es raro encontrar en las entrevistas realizadas a dirigentes políticos claras muestras de cortesía o descortesía dirigidas directamente al interlocutor; esto es, al periodista. Es obvio que entrevistador y entrevistado desempeñan distintos roles y que no se encuentran en un mismo plano social, por lo que no es esperable encontrar muestras de solidaridad (o, por el contrario, de descortesía) que sí resultarían posibles (y, por tanto, no especialmente marcadas) en el caso de interlocutores que pertenecieran a un mismo grupo social o que estuvieran unidos por lazos (profesión, edad, familiaridad, etc.) que les confirieran unos rasgos de identidad a partir de los cuales establecer un intercambio comunicativo entre iguales⁴. Por ello, en el caso de la entrevista periodística

⁴ No obstante, no podemos dejar de señalar lo llamativo que resulta que el encabezado de la entrevista al presidente del Gobierno sea «Ocho horas de debate con José Luis Rodríguez Zapatero» y la del líder de la oposición, «Ocho horas de conversación y debate con Mariano Rajoy». En un debate, se (pre)supone que los participantes están «en igualdad de condiciones», igualdad que, sin embargo, no es característica definitoria de una entrevista periodística.

(teniendo en cuenta los roles establecidos y el peso que la distancia social puede tener para la selección de enunciados corteses o descorteses por parte de los interlocutores), las muestras de cortesía o descortesía (especialmente estas últimas) que se apartan de lo esperado resultan especialmente llamativas. Podemos ver algunos ejemplos relacionados con estas situaciones:

- (1) P. *Pero cuando yo le preguntaba en qué momento se fue a freír gárgaras la posibilidad de los grandes acuerdos yo me refería a aquel 14 de enero de 2005 cuando Rajoy salió encantado de La Moncloa porque habían pactado desarrollar juntos los Estatutos.*
 R. *Hay que matizar, hay que ser rigurosos. Yo sé que el periódico que dirige procura serlo [...].*
 (entrevista al Presidente del Gobierno, J.L. Rodríguez Zapatero)
- (2) P. *El problema es que usted fue rectificando su propio plan según las circunstancias. Porque en aquella entrevista de hace dos años usted me dijo: «Primero la paz, luego la política». [...]*
 R. *Sí, lo que pasa es que los hechos han desmentido esa presunción, [...]. Los hechos no son opinables.*
 P. *Usted se refiere al desenlace. Yo me estoy refiriendo al itinerario.*
 R. *¿A qué tuve paciencia?*
 P. *No, a que cambió sus propias reglas.*
 R. *No, perdón, yo no cambié ninguna regla. [...]*
 (entrevista al Presidente del Gobierno, J.L. Rodríguez Zapatero)

Como puede apreciarse, en el primero de estos dos ejemplos hay una expresión coloquial («freír gárgaras») que representa una amenaza para la imagen del entrevistado (ya que implica el fracaso de un importante aspecto de la agenda política). Esa amenaza es contestada en primer lugar con un cierto reproche por parte del Presidente del Gobierno hacia el entrevistador («hay que matizar, hay que ser riguroso»), seguido de una reparación, un reconocimiento explícito de la imagen de Ramírez («Yo sé que el periódico que dirige procura ser [riguroso]») que atenúa la corrección previa. En tanto que el rigor es una característica esperable —y deseada— de la prensa, el reconocimiento de pretender dicha característica supone un halago y, consecuentemente, un reconocimiento —al menos aparente— de la imagen del interlocutor (y decimos *al menos aparente* porque tanto de la expresión «procura serlo» como del contexto —esto es, el conocimiento compartido por los lectores acerca de la línea editorial del periódico respecto al Gobierno—, podría inferirse también cierta ironía presente en esa respuesta, con lo que su grado de cortesía real podría ser menor de lo que formalmente se expresaría).

En el segundo ejemplo, la descortesía es manifiesta: el entrevistador acusa al entrevistado de cambiar sus propias reglas; es decir, se le está acusando de incoherencia en su actitud. Sin embargo, la respuesta denota firmeza y,

consecuentemente, defensa de la propia imagen (con la inserción de un atenuante, «perdón», que en realidad reafirma en sus palabras a quien habla). Además, en este mismo ejemplo encontramos una «inversión» (ficticia) de roles: el entrevistado se convierte, por un momento, en quien hace las preguntas. Si bien en este caso esa inversión debe interpretarse como una voluntad aclaratoria de la pregunta del entrevistador, en otras ocasiones podemos encontrar que esa actitud es una estrategia con la que se evita responder y, frecuentemente, ese modo de comportarse se incluye en lo que de modo más amplio se consideran actitudes descorteses)⁵.

En cualquier caso, como señalábamos al comienzo de este trabajo, estas muestras de [des]cortesía dirigidas directamente al interlocutor son, en este tipo de entrevista, relativamente escasas. Más frecuentes son las actividades de autoimagen —que pueden incluir actitudes corteses y descorteses hacia terceros— que no se dirigen al entrevistador, sino que sirven para configurar el «espacio» político y las imágenes de sus protagonistas. Como Chilton y Schäffner (2000: 310-311) señalan «[...] por un lado, está el conjunto de relaciones entre el emisor, el destinatario y los terceros que escuchan u observan; y, por el otro, está el conjunto de actores políticos pertenecientes al universo político del hablante y las relaciones existentes entre ellos, a los que este hace referencia o presupone, aunque no se dirija necesariamente a ellos. Estas relaciones se encuentran nítidamente mediadas por pronombres, que dibujan un 'espacio' político o social en donde las personas y los grupos ocupan una 'posición'». A continuación vamos a detenernos en el análisis de algunos ejemplos de estas actividades. Para simplificar nuestra exposición y facilitar la comparación entre los fragmentos seleccionados, en todos los ejemplos que ofrecemos a continuación seguimos la misma estructura: presentamos la pregunta del entrevistador y respuesta del político, y analizamos a continuación los siguientes aspectos:

- Actividad de autoimagen del político.
- Actividad de (des)cortesía hacia terceros implícita en la respuesta (si procede).
- Qué podría inferir la audiencia de la respuesta proporcionada.

⁵ Como hemos señalado, la diferencia de posición social y de roles jugados a la que antes hemos hecho referencia hace que en una entrevista «al uso» no sea el periodista quien responda cuestiones, por lo que en realidad podríamos considerar las respuestas-pregunta como un acto de defensa de la imagen por parte del entrevistado, que se siente «atacado» y de algún modo responde, como en el siguiente ejemplo: P. «Si volviera [De Juana] a ponerse en huelga de hambre, ¿qué haría usted ahora?». R.: «Intentaría las dos cosas a la vez: que cumpla su condena y que no se muera». P. «¿Pero volvería usted a enviarle a un hospital a San Sebastián?». R.: «¿No me reconoce usted que hemos hecho bien?». P. «No le entiendo». R. «Que no se ha muerto y que va a cumplir su condena».

ENTREVISTA A JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO, PRESIDENTE DEL GOBIERNO.
EL MUNDO, 13 DE ENERO DE 2008

- (3) *P. Mañana se publica en el BOE el decreto de disolución de las Cortes. ¿Qué nota se pone usted al final de esta legislatura?*
R. Eso les corresponde a los ciudadanos. Yo soy el examinando.
P. En la última encuesta de El Mundo le daban un 5,44.
R. Los ciudadanos siempre aciertan.
P. Pero es un aprobadoillo raso, eh.
R. Un 5,44 es una valoración razonable para lo que son los estándares habituales de valoración de los liderazgos políticos.

Comencemos por evaluar las estrategias de autoimagen. En su respuesta, el entrevistado evita ser el centro de atención, e incide en que su valoración depende de la percepción de los demás: «yo soy el examinando». Con ello se evita dar una respuesta concreta que pudiera implicar tanto una imagen de excesiva fuerza (que causara rechazo), como de excesiva humildad (impropia de quien es Presidente de un Gobierno). Se apela, además, a la razón para la justificación de la puntuación obtenida («es una valoración razonable»). Por último, al apelar a «estándares habituales de valoración de los liderazgos políticos» encontramos un ejemplo de lo que Watts denomina «comportamiento verbal políticamente correcto»⁶.

En esta respuesta hay, además, una actividad implícita de cortesía hacia terceros: se otorga el protagonismo a los ciudadanos, a los que se halaga abiertamente («los ciudadanos siempre aciertan»). Lo que la audiencia podría inferir es lo siguiente: «El Presidente evita hablar de sí mismo y ser, de esa manera, el centro de atención. Además, somete su actuación a la estimación de los ciudadanos, respetando así los valores democráticos».

- (4) *P. ¿Entonces se la enseñó usted [se refiere a una carta enviada por A. Otegui al Presidente del Gobierno] a [Rajoy] antes que a nadie?*
R. Evidentemente. Mire, yo me he reunido nueve veces con Rajoy, el triple que Aznar conmigo. Por lo tanto yo he multiplicado por tres la voluntad de diálogo.

La actividad de autoimagen consiste en mostrarse como una persona dialogante y en absoluto vengativa. La cortesía implícita hacia terceros se trasluce en el hecho de invitar a su oponente político a discutir importantes temas, y tener la deferencia de mostrarle, antes que a nadie, determinados documentos. Junto a esa estrategia, que le presenta como una persona afa-

⁶ Para Watts (2003), el comportamiento político (*politic behaviour*) es «el comportamiento, lingüístico y no lingüístico, que los participantes consideran apropiado para la interacción social que se lleva a cabo» (trad. nuestra).

ble y no rencorosa, hay también una actividad de descortesía: la crítica a la actuación del anterior Presidente del Gobierno (precisamente para confrontarla con su propia manera de proceder). Lo que podría inferir la audiencia de esta declaración, en definitiva, es «la diferencia de ‘talante’ entre unos políticos y otros en el comportamiento hacia sus adversarios».

- (5) *P. Claro, la gran incógnita de esta legislatura es si realmente existió esa oportunidad singular de que ETA dejara las armas sin pagar un precio político o si todo ha sido fruto de una autosugestión suya.*
R. Pues me imagino que la posibilidad existía igual que en el 86 o igual que en el 97. Nadie puede de antemano establecer el resultado final. Uno trabaja con todo su empeño, con toda su capacidad de arriesgarse políticamente. Y nadie puede negar, pasado el tiempo, que he mantenido mis principios y mis convicciones.

En este ejemplo no hay actividades de (des)cortesía hacia terceros, pero sí indicios interesantes acerca del modo en que se construye la propia imagen. En primer lugar, con el uso del verbo «imaginar» se evita aparecer como alguien en posesión de la verdad absoluta, lo que ayuda a «derribar barreras» y, por tanto, contribuye a acentuar una imagen de afiliación del Presidente con el conjunto de los ciudadanos. En segundo lugar, la imagen que se construye es la de una persona que ha hecho cuanto está a su alcance («uno trabaja con todo su empeño») y, por tanto, «no está obligado a más». Por último, se ofrece una imagen de firmeza y coherencia con las propias actuaciones («nadie puede negar, pasado el tiempo, que he mantenido mis principios y mis convicciones»), lo que repercute en beneficio de la propia imagen, ya que connota estabilidad. Por tanto, lo que podría inferirse de esta declaración sería que «el Presidente admite que no es infalible —lo que le acerca al común de los ciudadanos— pero tiene criterios claros y defiende con firmeza su actitud».

- (6) *P. A lo mejor la obsesión por pasar a la historia como el hombre que logró lo que los demás no consiguieron. Ese aspecto tan competitivo que se da en usted.*
R. Normalmente uno no vive la Historia. La Historia se proyecta muchos años después de que pasan las cosas. Mi obsesión ha sido salvar vidas. Creo que ese es el primer mandato con el que los españoles me pusieron aquí. Se han perdido demasiadas vidas por el terrorismo. Todo español de bien que llegara a presidente tendría esa prioridad, salvar vidas.

Para configurar su autoimagen, el Presidente encuadra su actuación dentro de la salvaguarda de la vida, que se considera aquí («primer mandato», «prioridad») el bien supremo. La palabra clave, ‘vidas’, se repite hasta tres veces («mi obsesión ha sido salvar vidas», «se han perdido demasiadas vidas», «salvar vidas»), en un recurso muy habitual en el discurso político, que

ayuda a reforzar la firmeza de la exposición. Lo que la audiencia podría inferir es lo siguiente: «El Presidente reitera su firmeza y su confianza en su actuación, que ha estado orientada a conseguir un objetivo que ninguna persona de bien podría rechazar o negar». El paso siguiente del razonamiento es obvio: quien rechazase o negase este planteamiento estaría proyectando una imagen negativa de su propia persona (que es algo que, en principio, nadie desea). Además, y al igual que en el primer ejemplo analizado, el Presidente del Gobierno opta por referirse a los ciudadanos como «evaluadores últimos» de su actuación.

- (7) P. *¿Le molestó entonces que le denominara ‘aprendiz de brujo’?*
 R. *No. En democracia se ‘aprende’ todos los días. Yo ‘aprendo’ cosas cada día. Si alguien dijera que llega ‘aprendido’ a la Presidencia del Gobierno no sería creíble.*

La autoimagen se construye con el reconocimiento de la «no infalibilidad» de las propias actuaciones, a la vez que se defiende la supuesta «normalidad» que supone incurrir en errores cuando se acomete una nueva tarea (conjugando en la respuesta la «novedad» y la responsabilidad que implica llegar a ser el Presidente del Gobierno, y enmarcándolo, de nuevo, en el contexto de la democracia). Por tanto, lo que podría inferir la audiencia de esta respuesta es la «humildad» del Presidente, quien, al remitir a una experiencia de la que puede sentirse partícipe cualquiera que haya tenido que afrontar un nuevo reto, aumenta su imagen de afiliación con el conjunto de la ciudadanía y contribuye a crear sensación de «cercanía» con los ciudadanos.

- (8) P. *¿Y ha ‘aprendido’ usted entonces ya de aquel grave error de apreciación?*
 R. *Tengo ya mi propio bagaje, mi propio acopio de experiencias. ¿En definitiva qué pasó? Que me entregué a una causa noble, desde principios nobles. Que pedí ayuda y no la tuve.*

En este caso, la autoimagen se construye al apelar, en primer lugar, a la experiencia, para cuestionarse a continuación —en un ejercicio que, en principio, implica un elemento de autocritica y de racionalidad, pero que no deja de ser una pregunta retórica— qué ocurrió, por qué los resultados no fueron los esperados. Una vez más, la respuesta a esa pregunta retórica sirve para que el entrevistado se reafirme en sus posturas y planteamientos, apelando, además, a una «causa noble» como razón para su comportamiento. En este marco discursivo, los errores cometidos, si es que existen, se deben a causas ajenas («pedí ayuda y no la tuve»).

Con estos ejemplos —que no tienen ánimo de exhaustividad, pero sí son representativos de las respuestas proporcionadas en la entrevista con la que trabajamos— vemos cómo la imagen pública del Presidente del Gobierno (o,

al menos, ‘una parte’ de esa imagen pública) se construye con los siguientes mimbres: *humildad, experiencia, buena voluntad, firmeza y reconocimiento del valor de las opiniones y deseos de los ciudadanos en el marco democrático*. Así, el mensaje que se pretende hacer llegar a la audiencia tiene como líneas maestras la *proximidad* y la *cercanía*, enfoques muy valorados en el discurso político, especialmente en época preelectoral.

ENTREVISTA A MARIANO RAJOY, PRESIDENTE DEL PARTIDO POPULAR Y LÍDER DE LA OPOSICIÓN. *EL MUNDO*, 27 DE ENERO DE 2008

Antes de proceder al análisis, cabe recordar que, a diferencia de lo que ocurría en la entrevista al Presidente del Gobierno, el subtítulo empleado para la realizada a Mariano Rajoy no se limita a señalar la característica de *debate* (género que implica una confrontación), sino que incluye también —en primer lugar— la de *conversación* (término que no necesariamente implica opiniones contrapuestas): «Ocho horas de conversación y debate con Mariano Rajoy». Al igual que hemos hecho con los fragmentos seleccionados de la entrevista realizada a José Luis Rodríguez Zapatero, también en el análisis de estos ejemplos nos fijaremos en los siguientes aspectos:

- Actividad de autoimagen del político.
- Actividad de (des)cortesía hacia terceros implícita en la respuesta (si procede).
- Qué podría inferir la audiencia de la respuesta proporcionada.

(9) *P. Zapatero dice que está conforme con el aprobado raso que le conceden las encuestas, 5,44 en la última. ¿Y usted que dice?*

R. Yo soy un ser humano y, por tanto, creo que merezco mejor nota que la que saco en las encuestas.

P. Porque a usted las encuestas le suspenden.

R. Tengo una calificación más alta entre los votantes del PP que el señor Rodríguez Zapatero entre los suyos. Pero tengo una pésima nota entre los seguidores de aquellos partidos que son socios suyos. Claro, entre los votantes de Esquerra Republicana yo no llego al uno y a él le dan más de un cinco. Y lo mismo ocurre con los del PNV.

El entrevistador realiza a Rajoy la misma pregunta que había realizado a Rodríguez Zapatero. Sin embargo, la respuesta es muy diferente (y la construcción de la autoimagen, por tanto, se realiza de manera muy distinta). En este caso, Rajoy no recurre a la humildad de la que hacía gala su oponente político; al contrario, ofrece una respuesta con un tinte más *vanidoso*: «creo que merezco mejor nota que la que saco en las encuestas». Ahora bien, en tanto que este tipo de respuesta, revaloradora de la propia imagen, podría

generar rechazo en quien la escuchara (pues es contraria a la práctica más extendida de la cortesía lingüística que implica minimizar los propios logros), se encuentra precedida por una «excusa» que, de algún modo, exculpa al hablante de la imagen fuerte que de sí mismo proyecta: «yo soy un ser humano» (y, por ende —se infiere—, «tengo debilidades»; en este caso, considerarse acreedor de una nota mejor que la otorgada).

El entrevistador, a continuación, aclara por qué Rajoy cree que merece una mejor nota («porque a usted las encuestas le suspenden»). A ello, el entrevistado responde no sólo revalorizando nuevamente su propia imagen, sino que además contrapone su situación con la de su principal oponente político, minimizando el logro conseguido por aquél (obtener mejor nota): «Tengo una calificación más alta entre los votantes del PP que el señor Zapatero entre los suyos. Pero tengo una pésima nota entre los votantes de aquellos partidos que son socios suyos». Así pues, la respuesta se orienta, de una parte, a la defensa de la propia imagen; pero, además, se hace de modo tal que limita el alcance de la mejor calificación conseguida por el oponente político, y, por tanto, lleva implícita una muestra de descortesía hacia terceros (ya que supone una amenaza para su imagen). Lo que la audiencia podría inferir de esta respuesta, pues, sería «a igualdad de condiciones, la “mejor consideración” hacia Rodríguez Zapatero por parte de los ciudadanos no sería tal».

(10) P. *¿Por qué se llevaba tan bien con Zapatero cuando estaba usted en el poder y él en la oposición y ahora se han llevado tan mal?*

R. *El principal responsable de la buena o mala relación es quien gobierna, porque es el que está en posición de ventaja política. Nosotros llegamos a acuerdos con el PSOE cuando gobernábamos en minoría y también con mayoría absoluta. Pero en esta legislatura el señor Rodríguez Zapatero ha elegido otros interlocutores. [...].*

En la primera parte de su respuesta, Rajoy construye su imagen, podríamos decir, *por omisión*; esto es, desviando el foco de atención hacia su oponente político. De forma similar a lo que ocurría en el ejemplo anterior, la respuesta a la pregunta no se busca en uno mismo, sino que, dicho de modo coloquial, *se echan balones fuera*. Al no centrarse en sí mismo (es decir, al no poner su propia imagen en juego), difumina los trazos de su posible *cuota* de responsabilidad sobre lo ocurrido, y hace recaer esa responsabilidad sobre terceros —lo que, de nuevo, resulta poco cortés hacia la imagen de esos terceros—. Por otra parte, y de modo diametralmente opuesto, la segunda parte de la respuesta sí tiene un fuerte componente de defensa y revalorización de la imagen propia («nosotros llegamos a acuerdos con el PSOE cuando gobernábamos en minoría y también con mayoría absoluta»), al tiempo que

se ataca, otra vez, la imagen del oponente («pero en esta legislatura el señor Rodríguez Zapatero ha elegido otros interlocutores»)⁷.

(11) P. *¿No ha habido además alguna clave psicológica, una manera distinta de entender el talante?*

R. *Él ahora ya no presume tanto del talante. Hombre, yo creo en la seriedad, la fiabilidad, la razón, la sensatez. Pero por mi parte no ha habido ningún problema psicológico en relación a él, porque si de algo puedo presumir es de ser un señor equilibrado.*

A pesar de que las primeras palabras van dirigidas a la imagen de su contrincante político (y se orientan a minimizar, a restar importancia a la que quizás haya sido la «tarjeta de presentación» más destacada con la que el Presidente del Gobierno ha construido su imagen pública en los años previos, rebajando así Rajoy la imagen de Rodríguez Zapatero), en este caso —y a diferencia de lo que ocurría en los ejemplos anteriores— Rajoy sí centra abiertamente la respuesta en sí mismo y desarrolla una amplia actividad de autoimagen. Así, el entrevistado se atribuye cualidades y características (seriedad, fiabilidad, razón, sensatez) deseables y especialmente relevantes en el terreno político cara a la ciudadanía, sobre todo en momentos tan delicados como las semanas previas a unas elecciones generales. Al referirse a sí mismo, en lo que podría considerarse el colofón de la respuesta, como «un señor equilibrado», incide en esta revalorización de la propia imagen y pretende, en conjunto, hacer llegar un mensaje de confianza a la ciudadanía.

(12) P. *Entonces no es que Zapatero le engañara usted a ese día [se refiere al 14 de enero de 2005, fecha en la que el Presidente del Gobierno y el líder de la oposición se reunieron para despachar sobre las reformas de los Estatutos autonómicos], sino que más bien le hicieron cambiar de criterio.*

R. *Es difícil penetrar en los pensamientos más íntimos de alguien, pero la impresión que yo he tenido es que el señor Rodríguez Zapatero muchas veces me oculta parte de la verdad y, además cambia de criterio con demasiada facilidad.*

Una vez más, se aprecia cómo también en este ejemplo la respuesta de Rajoy no es directa, sino que desvía nuevamente el foco de atención hacia Rodríguez Zapatero. El entrevistado emite una crítica, pero opta para ello por una fórmula vaga («tengo la impresión») que permite que su imagen quede más resguardada que si se escogiera una expresión más tajante (por ejemplo, «tengo la convicción»). Además, es interesante la elección eufemística

⁷ Este caso ejemplifica dos de los cuatro movimientos del «cuadrado ideológico» de Van Dijk (1999: 333): «Expresar/enfatizar rasgos positivos sobre Nosotros» y «expresar/enfatizar rasgos negativos sobre Ellos».

realizada: «me oculta parte de la verdad», que permite soslayar el más directo —y conflictivo— verbo ‘mentir’ (conflictivo, no sólo porque supone un ataque directo hacia la imagen de la persona a la que se acusa de tal acción, sino porque esa ofensa puede volverse en contra de quien la haya realizado. El empleo del sustituto eufemístico, en este caso, permite proteger la propia imagen tanto —o más— que la imagen ajena). A partir de esta respuesta, lo que la audiencia podría llegar a inferir sería la escasa «fiabilidad» del Presidente del Gobierno, del que se daría, así, una imagen completamente opuesta a la que el líder de la oposición habría mostrado de sí mismo en el ejemplo anteriormente analizado (y también, dicho sea de paso, a la imagen de estabilidad que el Presidente del Gobierno ofrece de sí mismo, como hemos tenido ocasión de comprobar en el apartado previo).

(13) *P. Volviendo a lo de que Zapatero le ha ocultado a veces la verdad. ¿Usted cree que pertenece a la tribu de los mentirosos?*

R. Habría que preguntárselo a él.

P. Pero si fuera un mentiroso, tampoco diría la verdad sobre eso.

R. Ya le he dicho que con él siempre he tenido la sensación de estar en un terreno intermedio entre quien no te dice toda la verdad y quien cambia de opinión con suma facilidad.

P. ¿No será que es usted el que forma parte de la tribu de los crédulos?

R. Eso es similar a lo de Maricomplejines. Pero, oiga, si yo voy a hablar con el Presidente del Gobierno a La Moncloa de cosas importantes, se supone que tengo que creer que lo que se me dice allí es cierto. Siempre prefiero ir allí con una actitud de confianza y no de recelo.

Este último ejemplo resulta interesante porque el entrevistador formula una pregunta muy concreta acerca de la imagen del Presidente del Gobierno, pregunta que requiere una respuesta muy directa, y en la que se incluye un término (*mentirosos*) de innegables connotaciones negativas. En tanto que dicha respuesta podría comprometer seriamente —como hemos visto antes— tanto la imagen del tercero aludido (el Presidente del Gobierno) como la del propio entrevistado, Rajoy opta por una respuesta («habría que preguntárselo a él») que en realidad no es tal. Como es sabido, no responder a una pregunta puede suponer una descortesía hacia el interlocutor, pero en este caso se prefiere asumir el riesgo que supone esa descortesía antes que comprometer en exceso la propia imagen. Ahora bien, el entrevistador insiste: en tanto que un segundo rechazo sería excesivamente descortés, el entrevistado recurre a su anterior declaración, en la que el riesgo de poner en entredicho su propia imagen es relativo y resulta asumible (o, cuando menos, mucho más asumible de lo que podría suponer dar una respuesta más directa). Agotadas las opciones de obtener una respuesta «clara», el entrevistador varía el enfoque de la pregunta («¿No será que es usted el que forma parte

de la tribu de los crédulos?»), en un giro que puede resultar amenazante para la imagen del líder del Partido Popular, en tanto que la credulidad no es una característica valorada por quienes se dedican a la actividad política (ni, en líneas generales, por el conjunto de la sociedad). No obstante, esa «acusación» de credulidad se realiza también de modo atenuado (protegiendo, consecuentemente, la propia imagen), en tanto que se opta por una fórmula interrogativa (que siempre deja más margen de respuesta al interlocutor y, por tanto, resulta más cortés que una afirmación⁸). La respuesta incluye una actividad de autoimagen: el entrevistado se presenta a sí mismo como una persona, no crédula, pero sí confiada, que acepta las reglas del juego político y que cree en lo que le dice su interlocutor (*«si yo voy a hablar con el Presidente del Gobierno a La Moncloa de cosas importantes, se supone que tengo que creer que lo que se me dice allí es cierto»*); por tanto, mostrar esa actitud le hace acreedor al derecho de ser percibido de la misma manera, como alguien que merece credibilidad y confianza por parte de los demás.

A partir de los ejemplos analizados, podemos concluir que la forma en la que Mariano Rajoy construye su imagen pública es muy diferente de la escogida por el Presidente del Gobierno. Si éste se centraba en sus respuestas en sí mismo y en una serie de trazos «definitorios» de sus actuaciones, el líder de la oposición construye su imagen (o, al menos, una parte de su imagen) por oposición a la del Presidente del Gobierno, y se centra en sí mismo cuando se trata de dibujar rasgos que le presenten ante la ciudadanía como una persona equilibrada, que merece credibilidad y en la que se puede confiar. El objetivo —conseguir el apoyo de los ciudadanos en época preelectoral— es el mismo en los dos casos, pero el modo de construir la imagen pública con la que conseguir ese fin resulta, en un caso y otro, muy diferente.

Conclusiones

El análisis de los ejemplos considerados nos ha permitido poner de manifiesto cómo, en sus entrevistas, los líderes políticos tienen en cuenta diferentes tipos de interlocutores. Por una parte, los entrevistados se dirigen al entrevistador (su interlocutor «natural»). De otra, tienen también en cuenta a otros representantes políticos (a los cuales hacen presentes en sus respuestas) y a los ciudadanos (a quienes, en última instancia, dirigen su mensaje). Ante todos ellos (el entrevistador, otros políticos, los ciudadanos), el entrevistado muestra la imagen de sí mismo que considera más oportuna, y para ello se sirve de diferentes recursos lingüísticos, entre los que se encuentran los rela-

⁸ Compárese *«usted forma parte de la tribu de los crédulos»* con *«¿no será que es usted el que forma parte de la tribu de los crédulos?»*.

cionados con la cortesía y la descortesía. Como hemos señalado, el trabajo que hemos ofrecido aquí (y que ampliaremos próximamente con nuevos análisis de estas mismas entrevistas) no pretende en ningún caso agotar un tema tan amplio como la construcción de la imagen pública de los representantes políticos a través de sus manifestaciones lingüísticas, pero sí nos gustaría que contribuyera a avanzar en su estudio. Por último, también nos preguntamos hasta qué punto la audiencia es «consciente» de las marcas de cortesía y/o descortesía que un análisis pormenorizado revela, o de la influencia de tales marcas en la percepción de la imagen pública del político; en otras palabras, nos cuestionamos hasta dónde se hace efectiva la interpretación de «qué podría inferir la audiencia», por lo que creemos que puede ser interesante continuar la investigación por ese camino.

Bibliografía

- ALBALADEJO, T., «El texto político de escritura periodística: la configuración retórica de su comunicación», en J. Garrido Medina (ed.), *La lengua y los medios de comunicación I. Actas del Congreso Internacional celebrado en la Universidad Complutense de Madrid en 1996*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 1999, págs. 390-396.
- CHANNELL, J., *Vague Language*, Oxford, Oxford University, 1994.
- CHEN, R., «Self-politeness: A proposal», *Journal of Pragmatics*, 33 (2001), págs. 87-106.
- CHILTON, P. y SCHÄFFNER, C., «Discurso y Política», en T.A. Van Dijk (comp.), *El discurso como interacción social. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria. Volumen 2*, trad. José Ángel Álvarez et al., Barcelona, Gedisa, 1997.
- HAVERKATE, H., «Cortesía y descortesía en los diálogos del *Quijote*. Análisis de la representación de las imágenes positiva y negativa de los protagonistas», *Oralia*, 4 (2001), págs. 129-148.
- HERNÁNDEZ FLORES, N., «Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía: tipos de actividades de imagen en un debate televisivo», en J.L. Blas Arroyo, M. Velando y M. Casanova (eds.), *Discurso y sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social*, Castellón, Universidad Jaume I, 2006, págs. 637-648.
- LÓPEZ EIRE, A. y SANTIAGO GUERVÓS, J. de., *Retórica y comunicación política*, Madrid, Cátedra, 2000.
- MELLIZO, F., «Del lenguaje y la política», en P. García Domínguez y A. Gómez Font (comps.), *El idioma español en las agencias de prensa*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1990.
- PÉREZ GARCÍA, D., *Técnicas de comunicación política. El lenguaje de los partidos*, Madrid, Tecnos, 2003.
- VAN DIJK, T.A., *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, Barcelona, Gedisa, 1999.
- WATTS, R.J., *Politeness*, Cambridge, Cambridge University Press, 2003.