

LA DISTANCIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA A LA PUBLICADA. LA TRANSMISIÓN DE LAS ACTITUDES SOCIALES

Autor: Félix Blanco González,

profesor doctor del Departamento de Derecho Público Especial, Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Vigo.

Correo electrónico; felixblanco@uvigo.es

Teléfonos: 629581513 y 986299175

Mesa 1: Postperiodismo: diagnósticos para una crisis.

Palabras clave: Opinión pública, opinión publicada, transmisión de valores, capital social, cooperación, ética.

Resumen

La opinión de los medios de comunicación suele ser un reflejo de la opinión pública, especialmente cuando los mensajes de los medios informativos se mantienen durante cuatro años, el mandato de un corporación municipal. Entre 1991 y 1995 la época en que ocupó la alcaldía de Vigo Carlos González Príncipe, la opinión publicada le fue muy favorable y, además, durante su mandato se resolvió la reconversión del sector naval, una auténtica pesadilla para los vigueses. Si no fuera suficiente este viento a favor, la situación económica mejoró en toda España y en Vigo. En 1990, estaba todo por hacer y el ayuntamiento puso en marcha un plan de humanizaciones que hizo que las calles se llenaran de vegetación, se ampliaran las aceras, pavimentadas con materiales buenos y lucidos. Sin embargo, en las elecciones, Carlos Príncipe, cabeza de lista del PSOE, obtuvo el peor resultado que había obtenido su partido en cualquier otra elección y por primera y única vez, el Partido Popular alcanzó una mayoría absoluta, realmente holgada. La “leyenda urbana” más extendida sobre la razón que provocó este varapalo electoral fue el “baldón de legitimidad” de Carlos Príncipe, al haberse prestado a sustituir al cabeza de lista de su partido y alcalde en los tres mandatos anteriores, al que sus obligados aliados nacionalistas vetaron para la Alcaldía. Esta maniobra le restó votos, pero después de cuatro años de bonanza no explica por sí sola el varapalo que recibió. Las actitudes exhibidas por el candidato cuando era alcalde, su lenguaje

Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2009

ISBN: 978-84-9941-001-2 . Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS

inadecuado y la transmisión de unos valores no compartidos por sus electores, con la intención de atraerse a la burguesía local, podrían ser la razón. Sin duda, los medios vivieron una ficción durante ese mandato, la publicidad municipal tuvo algo que ver, pero la falta de sensibilidad y de un análisis correcto fueron determinantes. Es necesario preguntarse si el estado del periodismo actual no se parece demasiado al de hace 15 años.

COMUNICACIÓN:

La opinión de los medios de comunicación suele ser un reflejo de la opinión pública o, al menos, de las actitudes sociales hacia las instituciones y hacia quienes las gestionan o gobiernan. Cuanto más amplio sea el periodo de tiempo que se analiza menor suele ser esa distancia porque con el tiempo los valores, las actitudes e incluso los intereses tienden a converger en ese flujo bidireccional de información entre administradores y administrados que canalizan los medios. Entre 1991 y 1995 la época en que ocupó la alcaldía de Vigo Carlos González Príncipe, la opinión publicada le fue muy favorable y, además, durante su mandato se resolvió la reconversión del sector de la construcción naval, una auténtica pesadilla para los vigueses. Si no fuera suficiente este viento a favor, la situación económica mejoró en toda España y en Vigo. En 1990, el mobiliario urbano estaba obsoleto, las aceras no tenían suficiente capacidad para los viandantes en las zonas más comerciales de la ciudad, el firme de las calzadas estaba muy deteriorado y había zonas céntricas o próximas al centro asoladas por el vandalismo de algunos de los participantes en las manifestaciones contra la reconversión y el ayuntamiento puso en marcha un plan de humanizaciones que hizo que muchas calles se llenaran de árboles y maceteros y que volviesen las flores a los bulevares y las alamedas y que se ampliasen las aceras, pavimentadas con materiales buenos y lucidos. Sin embargo, en las elecciones, Carlos Príncipe, alcalde en funciones y cabeza de lista del PSOE, obtuvo el peor resultado que había obtenido su partido en cualquier otra elección y por primera y única vez, el Partido Popular alcanzó una mayoría absoluta, holgada.

La “leyenda urbana” más extendida sobre la razón que provocó este varapalo electoral fue el “balcón de legitimidad” de Carlos Príncipe, al haberse prestado a sustituir al cabeza de lista

de su partido y alcalde en los tres mandatos anteriores, al que sus obligados aliados nacionalistas vetaron para la alcaldía.

El PSOE mantiene en las elecciones de 1991 el mismo número de concejales que tenía, e incluso aumenta su porcentaje de votos. Sin embargo, es el PP la primera fuerza política al obtener el 41,81% de los votos y 13 concejales.

No obstante, estos resultados no son suficientes a los populares para gobernar: el pacto PSOE-BNG-EG da lugar a un gobierno tripartito que, debido a las negativas nacionalistas, no encabeza el candidato socialista y hasta entonces alcalde, Manuel Soto, sino el número dos de la lista socialista, Carlos González Príncipe.

De este modo se cierra la etapa de Manuel Soto al frente de la alcaldía, período que acaba con unos años de fuerte tensión y crispación política pero que no fue castigado electoralmente por los vigueses, sino cerrado por el veto de concejales nacionalistas a la continuidad del alcalde. El acoso de los ediles nacionalistas y de los populares hacia el alcalde había generado un clima que ciertamente dificultaba su continuidad como regidor municipal. Manuel Soto dejaba la alcaldía en un clima político polarizado en torno a su figuraⁱ.

Esta maniobra le restó votos, pero después de cuatro años de bonanza y aparente consenso no explica por sí sola el varapalo que recibió. Sin ninguna duda, la paz social, y la mejora general del nivel de vida propiciaron un aumento del capital social y de la cooperación, aunque esta última no alcanzara por igual a todas instituciones, como el ayuntamiento.

El capital social hace referencia al conjunto de relaciones sociales propias de una sociedad, y más concretamente a los niveles que en esa sociedad existen de confianza, de normas cooperativas y cívicas y de asociacionismo, los cuales pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar las acciones coordinadas... La literatura del capital social defiende la relevancia de este elemento cuando se intenta comprender el funcionamiento político y económico de una sociedad. La confianza permite contratar especificando menos contingencias y facilita la cooperación, y en un entorno fiable, con confianza, la inversión va a ser favorecida al percibir los agentes menos riesgos sobre la apropiabilidad de beneficios futuros. Así, en una sociedad segura, en la que existen altos niveles de confianza, se favorece la innovación y la acumulación de capital físico y aumenta la tasa de retorno del capital humano. La presencia de círculos viciosos y virtuosos del capital social enfatiza la relevancia de este elemento para una economíaⁱⁱ.

Las actitudes exhibidas por el candidato cuando era alcalde, su lenguaje inadecuado y la transmisión de unos valores no compartidos por una gran mayoría del electorado socialista, con la intención de atraerse a las clases con mayor nivel formativo y/o cultural, podrían ser las razones. Sin duda, los medios informativos vivieron una ficción durante ese mandato, el aumento de la inversión publicitaria municipal tuvo algo que ver, pero la falta de sensibilidad y de un análisis político correcto fueron determinantes.

Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2009
ISBN: 978-84-9941-001-2 . Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS

El 28 de mayo de 1995, Manuel Pérez, el candidato del PP, obtiene la mayoría absoluta, 15 de los 27 concejales de la corporación municipal viguesa. El PSOE, que había gobernado los últimos cuatro años en coalición con concejales nacionalistas, obtiene los peores resultados conseguidos hasta el momento. Durante cuatro años, el alcalde Carlos González Príncipe, consiguió restarle crispación a la ciudad, aumentó el número y el nivel de las dotaciones y actividades culturales mantuvo una buena relación con los medios informativos, multiplicó la partida presupuestaria dedicada a publicidad institucional y el ayuntamiento y el propio alcalde se hicieron más visibles que nunca en los medios informativos, pero no consiguió establecer una corriente de apego con los vigueses.

El hecho de que Manuel Soto hubiera sido apartado de la alcaldía, provocó recelos y muchos vigueses no vieron nunca a Carlos Príncipe como un alcalde legítimo. Su discurso siempre estuvo dirigido a las clases ilustradas, precisamente aquellos grupos en que más recelos provocaron las maniobras de los nacionalistas que terminaron con el desalojo de Manuel Soto. Desde las relaciones públicas municipales se elaboró un discurso con unos valores que no coincidían con los de la mayoría de los vigueses. Se transmitían actitudes que estaban arraigadas en las clases medias acomodadas y con un nivel cultural medio- alto o alto, que eran una minoría en la ciudad olívica. El discurso europeísta del alcalde proyectaba a la ciudad en un futuro tan distante, en términos psicológicos, que a muchos les parecía una elucubración.

Esta brecha entre Carlos Príncipe y los ciudadanos se abrió tanto que por primera vez, en Vigo, un partido obtuvo mayoría absoluta y no era el suyo. Desde la alcaldía se intentó captar a votantes del Partido Popular y se abandonó a una parte de los que votaban socialista y esto determinó el resultado. Los votantes y militantes socialistas abandonados fueron aquellos que

se mostraron más reticentes con la forma en que Carlos Príncipe fue elegido. Buena parte de estos se habían sido beneficiados por las ayudas que recibían las asociaciones ciudadanas a las que pertenecían, por los programas de empleo municipales o por trabajo directo en las empresas



Ilustración 1. En las elecciones locales de 1999 los vigueses rechazaron la gestión anterior, Faro de Vigo, portada, 28/05/1999

Internacional Latina de Comunicación Social, 2009

-2 . Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS

concesionarias de los servicios municipales y después fueron o se sintieron abandonados. Además, ya no se sentían parte de los grupos de ciudadanos a los que el nuevo alcalde dirigía sus mensajes. Todo ello contribuyó a que redujeran su esfuerzo militante.

EL PSOE ES EL ÚNICO QUE PUEDE GARANTIZAR LA UNIDAD EN LA CIUDAD DE VIGO

Carlos Príncipe rechazó totalmente que en Vigo vaya a gobernar el Partido Popular a partir del próximo lunes porque "esta ciudad va a escoger el domingo al mejor alcalde y, no lo digo yo, el mejor alcalde, el más valorado es Carlos Príncipe, por lo tanto estoy seguro de que los vigueses el 28 van a escoger al mejor, al alcalde que puede defender a la ciudad por encima de los intereses del partido, al alcalde que pueda unir a fuerzas dispares para darle mayor fortaleza a la ciudad y para conseguir sus objetivos".

En el desayuno del día anterior, su principal adversario, Manuel Pérez, insinuaba que en un posible pacto de los partidos de izquierda, no estaba muy claro que Príncipe pudiese continuar como alcalde, algo que el candidato socialista rechazó al afirmar que " el mejor alcalde para la ciudad es Carlos Príncipe y ese va a ser el alcalde el día 29". El alcalde de Vigo durante estos cuatro años señaló, como algunas de las consecuencias que podría tener para Vigo su continuidad en el cargo, que "va a ser un beneficio importante para la ciudad y los vigueses, que se van a sentir mejor gobernados, porque yo garantizo la paz y la tranquilidad. Voy a seguir defendiendo a los vigueses y voy a hacer de Vigo una pasión e ilusión colectiva".

Durante esta toma de contacto con los candidatos a la Alcaldía se han podido escuchar afirmaciones de lo más curiosas, una de ellas la dijo Castrillo en relación con el cambio del discurso del alcalde, del que dijo que "pasó del discurso de Dellors al de Lenin". En este sentido Carlos Príncipe aseguró que "soy vigués, vivo en Vigo y moriré en Vigo, pero el futuro de esta ciudad es una Europa fuerte. Soy un europeísta convencido y porque pongo a mi ciudad por encima de todo, ayudo a construir una Europa solidaria.

Príncipe también destacó que durante estas elecciones "sólo se ha hablado de mi programa. Los señores del Partido Popular se han pasado la primera semana de campaña hablando de mi programa.

La campaña ha estado centrada en torno a mi gestión y a mi programa. Yo he sido el único que he hablado de Vigo, de los problemas de los vigueses, mientras el resto sólo lo ha hecho de mí. Es una forma de demostrar que para ellos Vigo no es lo más importante. Para mí sí.

En el año 93 pude haberme marchado a Madrid y decidí junto a mi familia quedarme en Vigo. No soy como otros, que han estado dos años de parlamentarios y han cobrado el sueldo de parlamentario y de concejal. No soy como otros que ya se están preparando la salida a la Diputación. Vigo es la apuesta personal mía y de mi familia".

Líderes nacionales

La no comparecencia de líderes nacionales del PSOE fue otro de los temas tratados, que Príncipe justificó asegurando que "¿quién le puede hablar mejor a los vigueses de lo que va a pasar los próximos cuatro años, yo o Felipe González? ¿Quién sabe mejor que yo lo que hay que hacer, las necesidades? La campaña es para los vigueses y el que tiene que hablar con los vigueses soy yo. Mi fortaleza es el apoyo de los ciudadanos. A mí me apoyan los que yo quiero y con esa fuerza ganaremos el día 28ⁱⁱⁱ".

Las razones por las que Carlos González Príncipe no consiguió conectar con los vigueses se hacen evidentes en este discurso. Se postula como el mejor alcalde, desprecia a sus adversarios, ningunea al presidente del Gobierno y secretario general de su partido, porque no quiso o no pudo celebrar un mitin en Vigo y no hace la más mínima referencia a sus compañeros de candidatura o a la agrupación local de su partido.

En este discurso que es representativo de su actitud a lo largo de los cuatro años de su mandato, en vez de buscar la complicidad o el consenso con los vigueses, pretende convencerles de sus cualidades, de su competencia para dirigir la ciudad. Las propuestas son las suyas, no emanan de los intereses o las necesidades de la ciudadanía, lo que pone de manifiesto la falta de simetría bidireccional^{iv}, puesto que las demandas que contiene el feed back o la retrocomunicación ciudadana, no se incorporan al discurso del candidato y alcalde.

La opinión publicada fue muy favorable a Carlos Príncipe

Durante cuatro años, los responsables de la comunicación en el Ayuntamiento asistieron complacidos al espectáculo de ver a los periódicos y emisoras de radio reproducir sus notas de prensa, sus filtraciones, las intervenciones del alcalde, los comentarios favorables a la gestión del alcalde... Se complacían en la unanimidad de los comentarios publicados favorables a la gestión municipal.

Sin embargo, la ciudad le dio un severo vapuleo a Carlos Príncipe y la única causa que podía explicar esta aparente incongruencia es que la opinión pública debía estar a una gran distancia de la opinión publicada. Resultaba mucho más sencillo atraerse el favor de los medios informativos que el de los ciudadanos. La desmotivación de una parte de los militantes socialistas de Vigo, y las acciones de otros metiendo palos en las ruedas de la gestión del nuevo alcalde fueron desarrollándose a lo largo de los cuatro años del mandato y el propio edil y su entorno no pudieron o no quisieron modificar la actitud de esos grupos. Al entorno del regidor municipal le resultaba más sencillo anegar los medios informativos con contenidos favorables y mostrar resultados de encuestas también a favor. Si sólo se escucha a quien queremos oír, podemos llegar a sentirnos en otro planeta.

En estas elecciones de 1995, la situación del PSOE era muy complicada a nivel nacional, pero esa situación no puede explicar la severa caída de 12 puntos que experimentó el PSOE en las elecciones municipales viguesas, situando al partido socialista por debajo del porcentaje de votos que había obtenido en 1979.

Está claro que las causas endógenas, las inherentes a la política municipal viguesa fueron las que determinaron esos resultados. Príncipe se equivocó de discurso y de público objetivo, proyectaba a Vigo en Europa con unos planteamientos que una parte considerable de los electores del PSOE veían como inalcanzables o irreales y muchos de los que conectaban con su particular discurso europeísta, muy parecido al edil de referencia en Galicia, el alcalde de A Coruña, Paco Vázquez, preferían votar al Partido Popular.

La reconversión industrial que en Vigo fue la del sector de la construcción naval se inició antes del ingreso de España en la entonces Comunidad Económica Europea (CEE). También la reclamación de los derechos de pesca y la extensión de las aguas jurisdiccionales a 200 millas comenzó a sentirse en Vigo como una amenaza en 1976. Tanto la pérdida de caladeros de países comunitarios y no comunitarios para la flota pesquera viguesa como la reconversión obedecen a causas globales, en las que el gobierno de España o la CEE no tuvieron más papel que administrar las crisis. Sin embargo, los enfrentamientos partidarios trasladaron la idea a la opinión pública que la adhesión a Europa había sido desastrosa para el empleo y la economía viguesa y si se hacía un análisis parcial y/o sesgado se podía llegar a esa conclusión. El discurso europeísta del alcalde vigués no estaba hecho a la medida de la mayoría de los vigueses, porque no se conocía o no se tenía en cuenta la opinión de los ciudadanos y entre ellos la de sus potenciales votantes. James Grunig y Todd Hunt^v que describieron los cuatro modelos de relaciones públicas en los que podrían inscribirse la práctica de esta disciplina de cualquier organización, detallan el modelo de información pública, en la que la comunicación persuasiva, los mensajes de la institución o empresa, se formulan sin tener en cuenta los valores, las actitudes y los intereses de los receptores, sólo se tienen en cuenta los del emisor. El cuarto modelo de relaciones públicas es el de aquellas organizaciones que procuran el consenso con sus públicos, se denomina simétrico bidireccional e investiga las actitudes hacia la institución y las demandas que le plantean para dar una respuesta adecuada. Este comportamiento, esta forma de hacer que plantearon los dos autores norteamericanos, ya en la década de los setenta del siglo pasado, es la que se echa de menos en el comportamiento público de Carlos Príncipe, que tiene algo que ver con cierta falta de empatía con los vigueses.

Vigo es, o habría que decir, fue una ciudad industrial de aluvión, que recibió, inmigrantes del resto de Galicia, pero en la década de los ochenta los datos de las actividades económicas decían que la urbe gallega se había convertido en una ciudad de servicios que prestaba a sus 270.000 ciudadanos y a otras 200.000 personas de municipios próximos.

En 1995, los vigueses urbanitas eran mayoría y la Universidad de Vigo que crecía rápidamente, había colocado en el mercado de trabajo a varios miles de licenciados,

diplomados e ingenieros técnicos o superiores. Ya no se podía hablar de una ciudad de aluvión, pero todos estos cambios no parece que se tuvieran en cuenta en la alcaldía. Tampoco, en alguna medida, en los medios informativos que no acertaron a comprender que esos cambios, muchos de ellos evidentes, modificaban las costumbres porque los valores habían cambiado antes.

José Taberner Guasp^{vi}, con motivo de la manifestación de Madrid contra la intervención bélica en Irak, habla de los valores postmateriales que guían la acción política y se refiere al *neokeynesiano, que busca sujetar la economía de mercado capitalista a reglas que restauren los derechos sociales (es propio de partidos, sindicatos y movimientos próximos a la socialdemocracia). El postcapitalista, que pretende sustituir la lógica del lucro y del mercado por la de las necesidades humanas, reemplazando al capitalismo.*

La acción política de Carlos Príncipe estuvo orientada a valores postcapitalistas, posiblemente por su empeño de captar votos a su derecha, ya que el Partido Popular venía obteniendo mayorías minoritarias desde 1979. Otra razón pudo ser el deterioro de la imagen de los sindicatos o de la oligarquía de la clase trabajadora integrada por los delegados sindicales de los astilleros y de las demás empresas que sufrieron la reconversión. El conflicto, casi eterno, desgastó sus discursos y muchos trabajadores de otras empresas comenzaron a verlos como unos privilegiados por las condiciones laborales y de jubilación que consiguieron. A consecuencia de ello el discurso socialista quedó severamente afectado.

La situación no era buena para el socialismo vigués en 1995, había muchos factores en contra, pero si al comienzo del mandato desde el ayuntamiento se hubiera buscado el consenso, construyendo el discurso institucional sobre el mundo de experiencias y el sistema de valores de la ciudadanía, en vez de intentar conducirla por una senda que rechazaba y/o no comprendían, probablemente se hubiera adquirido prestigio y un nivel de capital social y de cooperación suficiente para transmitir valores nuevos. En los diarios locales vigueses o aquellos que tenían ediciones para la ciudad Olívica, la información municipal de diversas fuentes ocupa más del 50 por ciento del espacio de las páginas locales y salvo situaciones excepcionales, dos o tres títulos de la primera página hacen referencia a la actividad

municipal. La transmisión de valores en el mundo de experiencia de los vigueses hubiera sido posible si se hubiera buscado la empatía con los administrados.

ⁱ Caballero, Gonzalo, (2002) *La economía política del círculo vicioso...*
Revista Galega de Economía, vol. 11, núm. 1, pág. 6

ⁱⁱ Caballero, Gonzalo, (2002) *La economía política del círculo vicioso...*
Revista Galega de Economía, vol. 11, núm. 1, pág. 13

ⁱⁱⁱ *Faro de Vigo*, *El PSOE es el único que puede garantizar la unidad de Vigo*, 27/05/1995, pág. 70

^{iv} Grunig, J., Hunt, T. (2003), *Dirección de relaciones públicas*, Gestión 2000, Barcelona.

^v Grunig, J., Hunt, T. (2003), *Dirección de relaciones públicas*, Gestión 2000, Barcelona, pág. 81-105

^{vi} Taberner Guasp, José, *Los nuevos movimientos sociales y los novísimos*, dirección electrónica:
www.pangea.org/inet/publicaciones/01_inetemas/26_inetemas/Los%20nuevos%20movimientos.%20Taberner.htm. Recuperado el 12 de abril de 2007.