

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EL DISCURSO POLÉMICO COMO TONO DE ÉPOCA EN LA RADIO Y EN LA TELEVISIÓN

Por Cielito Depetris y María Eugenia García
Facultad de Periodismo y Comunicación Social,
Universidad Nacional de La Plata.

Resumen

El objeto central del enfoque propuesto es observar, describir y analizar la forma y el funcionamiento de la argumentación política propia de la comunicación conflictiva entre partidarios y adversarios. Frente a los diferentes temas que circulan cotidianamente en la sociedad y que la radio y la televisión recortan en la producción de su agenda. Esta comunicación conflictiva se expresa a través del discurso polémico, como batalla, guerra verbal, o confrontación discursiva eminentemente dialógica; que involucra el compromiso de por lo menos dos “contendientes”, dos enunciadores que elaboran posiciones antagónicas en torno de un objeto común. Estas dos voces se enfrentan en el enunciado polémico, que se constituye, entonces, como un contra-discurso cuya finalidad es falsificar, refutar, el discurso del adversario.

Palabras clave

Comunicación Política - Discurso Polémico - Radio - Televisión

Summary

The central object of the proposed approach is to observe, describe, and analyze the way and functioning of political argumentation of the conflictive communication between supporters and adversaries. Against the different themes that circulate daily in the society and the radio and television cut in the production of its agenda. This conflictive communication is expressed through of the controversial speech, battle, war of words, or discursive confrontation eminently dialogic; that involves

the commitment of at least two “contenders”, allured two producing antagonistic positions surrounding a common object. These two voices confront in the controversial sentence, which is, then, as a counter-discourse whose purpose is to forge, refute, the discourse of the adversary.

Keywords

Political Communication - Controversial Speech - Radio - Television

La comunicación política se ha definido como el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de tres actores que están legítimamente facultados para expresarse en público sobre la política: los políticos, los periodistas y la opinión pública, por medio de las encuestas.

Nuestro objeto de estudio se construye, en primer orden, sobre la base de los dos primeros actantes del modelo de la comunicación política: los políticos y los periodistas. Y en segundo lugar, el discurso de la opinión pública, en tanto participa como enunciador principal tanto de la radio como de la televisión (mediante llamadas telefónicas, mails, y mensajes enviados a través de las redes sociales o de la encuesta o de la entrevista callejera que realizan los movileros) haciendo la salvedad de que esta participación está sujeta a la arbitrariedad del recorte de la producción del espacio mediático.

Sabemos también que el campo discursivo de lo político implica un *enfrentamiento*, la relación con un *enemigo*, la *lucha* entre enunciadores. En la actualidad, nos enfrentamos a un proceso de intercambio discursivo entre políticos y periodistas; entre periodistas y periodistas; entre políticos y políticos; materializados en soportes significantes que determinan las condiciones de su circulación (la oralidad de la radio, la imagen televisiva). En este escenario, el objeto central de nuestro enfoque es observar, describir y analizar la forma y el funcionamiento de la argumentación política propia de la comunicación conflictiva entre partidarios y adversarios, frente a los diferentes temas que circulan cotidianamente en la sociedad y que la radio y la televisión recortan en la producción de su agenda, bien definida por algunos autores como “una ideología de santuario”, (aquello que el medio considera que la “gente”, en tanto colectivo imaginario, “quiere saber” o “debe saber”.)

Esta comunicación conflictiva se expresa a través del discurso polémico. El término polémico tiene su origen en el adjetivo griego *polemikos*, relativo a la guerra. Esta batalla, guerra verbal o confrontación discursiva es eminentemente dialógica; involucra el compromiso de por lo menos dos “contendientes”, dos enunciadores que elaboran posiciones antagónicas en torno de un objeto común. Estas dos voces se enfrentan en el *enunciado polémico*, que se constituye, entonces, como un contra-

discurso cuya finalidad es falsificar, refutar, el discurso del adversario.

La enunciación política, entonces, parece inseparable de la construcción de un adversario. El imaginario político supone no menos de dos destinatarios: uno positivo y uno negativo, y el discurso político se dirige a ambos al mismo tiempo.

Si bien es cierto que el discurso político es un discurso de *refuerzo* en relación con el prodestinatario (el destinatario positivo, el partidario), de *polémica*, respecto del contradestinatario (el destinatario negativo, el adversario), y de *persuasión* sólo en lo que concierne al paradestinatario (suspensión de la creencia, “fuera de juego”) (Verón: 1987); nuestro propósito es analizar las representaciones que mediante ciertas operaciones discursivas se manifiestan en el discurso de los géneros periodísticos contemporáneos de la radio y de la televisión, haciendo foco en este tipo de discurso específico, el discurso polémico, que, a partir de las investigaciones que venimos realizando, estamos en condiciones de afirmar, es el género que da *el tono de época*, en la contemporaneidad.

Características enunciativas del *discurso polémico*

En cuanto a sus características enunciativas, el discurso polémico presenta una serie de constantes. Se trata de un discurso agónico, o de combate. Su finalidad persuasiva determina una fuerte orientación hacia el destinatario. Todo discurso polémico apunta a un blanco que puede identificarse con el discurso de un sujeto individual o bien con el discurso de un grupo, un sector o una institución.

El blanco puede aparecer en el discurso polémico como uno de los destinatarios o aún como su destinatario privilegiado (cuando la distancia ideológica que existe entre polemista y adversario no es máxima) o bien, en el caso contrario, puede ser excluido del campo de destinación. En este sentido, la relación entre polemista y blanco, puede adoptar formas diversas que van desde la interpelación violenta –que a menudo recurre a distintas figuras de la agresión– hasta otras más próximas al diálogo, cuyo valor persuasivo se apoya principalmente sobre mecanismos de refutación de carácter cuasilógico que cuestionan el rigor formal del razonamiento del adversario.

Cualquiera sea la modalidad de la relación entre el polemista y su blanco, la polémica presupone siempre un terreno común, una tópica, o un conjunto de máximas ideológicas compartidas por los interlocutores, ya que de otro modo la refutación se vuelve impracticable.

A partir de las investigaciones realizadas en torno a los procedimientos discursivos del ámbito del debate político en los discursos que circulan en la radio y en la televisión, cuyos actores son los dos primeros elementos del modelo de la comunicación política antes mencionados, a saber: los políticos y los periodistas, podemos afirmar que existe un escenario construido por ambos actores, en el cual a veces se torna muy difícil diferenciar a unos de otros en sus discursos, o, lo que es más

llamativo, se puede observar un proceso de inversión de los actantes en sus correspondientes campos discursivos, una interacción entre juegos de discurso.

Nos interesa aquí indagar acerca de cómo se trazan las fronteras –si es que existen– entre estos tipos de discurso, o juegos discursivos; dando cuenta, a la vez, de la especificidad de cada tipo, y de la manera en que los juegos se “contaminan” unos a otros.

Por otra parte, queremos consignar algunos posicionamientos surgidos del ámbito académico del periodismo y de la comunicación, que se destacan como reflejo de los escenarios sociales, políticos y culturales contingentes de la Argentina y por extensión de América Latina. En este caso, los conceptos vertidos por Ignacio Ramonet en su conferencia de la última visita a la Argentina, enlaza su mirada con los ecos del discurso polémico que se impone como tono de época:

El problema es que estamos en un universo en el que la despolitización es el objetivo. [...] Un discurso centralizado, político-dominante, será el de la despolitización, superficialización, la trivialización de la política en las informaciones que circulan [...]. Ese tipo de información es el que se va a imponer. Estamos viendo en muchos países que es una información de tipo polémico y que se desarrolla. En casi todos los países la información más rentable es la información que opone a dos dirigentes políticos, que crea un conflicto entre el presidente y tal tipo de la oposición. La prensa está llena de ese tipo de información. Son las más rentables porque funcionan como una miniserie. Eso dura diez días. Fulano ha dicho esto de mengano en el interior del mismo partido. Y todos los editoriales reaccionan sobre esto. Cambiamos de país y se ve exactamente lo mismo. Da la impresión de que hay una hiperpolitización, pero microscópica [...]. Nos dirigimos hacia una sociedad de *pro sumers* es decir “de prosumidores” (productores- consumidores).

[...] También hay que tener en cuenta el descrédito de los “periodistas dominantes”, a quienes se considera cada vez más una categoría profesional y social “en estado de levitación”, o sea sin los pies en la realidad, sin verdadero contacto con la sociedad y en permanente complicidad y consanguinidad con la clase política que, a su vez, se encuentra enormemente desprestigiada [...] los periodistas forman en complicidad con los responsables políticos, una especie de corte frívola y mundana, donde se alaban servilmente los unos y los otros, con conmovedora atención en la esperanza de obtener a cambio algún favor. Se invitan entre ellos, frecuentan los mismos restaurantes de moda, los mismos lugares de veraneo y cuando tienen que “debatir” en público, se libran al ritual de una ceremonia inofensiva y previsible. Además, a las verdaderas elites siempre les ha gustado la sombra y la discusión. Por definición, les horroriza la transparencia.

[...] Cualquier poder demasiado expuesto al punto de mira de los medios

de comunicación –como el poder político en la actualidad– rápidamente se desprestigia y se devalúa. Por ello, el poder financiero (invisible y oculto) y el de los medios de comunicación (que no consciente crítica alguna) nunca han sido tan intimidantes como ahora. Esta situación es tan alarmante hasta un punto que nos lleva a afirmar que los medios de comunicación dominantes constituyen un grave problema para la democracia. Ya no contribuyen a ampliar el campo democrático sino que se empeñan en restringirlo y minarlo. [...] ¿Cómo resistir la ofensiva de este nuevo poder que de alguna manera traiciona a los ciudadanos y que se ha pasado con todas sus poderosas armas de persuasión al lado del “opresor”? [...] En la nueva guerra ideológica que origina la globalización, los medios de comunicación se utilizan como arma de combate. Han abandonado la función de cuarto poder y aspiran a defender sus privilegios de casta [...] ya no actúan como medios de comunicación sino como *auténticos partidos políticos* [...] (Ramonet: 2013).

Los estudios sobre la argumentación

Si bien el retorno de los estudios sobre la argumentación es incuestionable, en investigaciones precedentes, hemos podido constatar que los escritos teóricos y filosóficos sobre la temática, predominan ampliamente por sobre los trabajos empíricos o de aplicación, particularmente en el campo de la comunicación mediática y de los discursos que circulan en la radio y en la televisión.

Nuestra investigación se ubica desde la perspectiva de los trabajos que buscan contribuir a lograr un mejor conocimiento de la argumentación, sobre bases más amplias.

Compartimos con algunos investigadores argentinos la idea acerca de que la acción política sin conflictos es una mera ilusión académica o una pretensión ingenua. Las tradiciones sociológicas más importantes han demostrado que toda transformación social lleva implícito un grado variable de conflicto, y el consenso es un componente que no siempre está al alcance de la mano. La concepción no conflictiva, y por lo tanto no argumentativa de la política, produce un estado de despolitización social generalizada. Los principios partidarios en ese caso son relegados, a manera de privilegiar un orden social inmutable y ahistórico. Es frecuente que en los distintos procesos de cambio que se vienen dando en América Latina en los últimos años se insista en la necesidad del diálogo y del debate sin que se logre definir qué significado le atribuye a cada término cada sector. ¿Cómo se puede alcanzar, en estos casos, un consenso, si no se reconoce un conflicto o si se lo descalifica?

Pensar la política fuera del conflicto implica desconocer aspectos fundamentales de la política democrática. Y ahí el discurso argumentativo es una herramienta indispensable para contextos en los que no se ha hecho uso frecuente de estos dis-

positivos y se tiene una tradición muy amplia de silencio o de negación de la palabra ajena (Marafioti: 2010).

Entendemos, además, que el ámbito académico universitario es el lugar donde se construyen y se fortalecen los principios ciudadanos. Por tal razón, la investigación y, posteriormente, la enseñanza de los mecanismos argumentativos no tiene sólo un interés académico, sino una finalidad práctica. Espacio en donde se vuelcan los resultados y conclusiones de las investigaciones que este equipo viene realizando.

Algunas conclusiones sobre los géneros de opinión

Nos interesa puntualizar nuestras conclusiones acerca del tratamiento de los géneros de opinión (radiofónicos y televisivos), que han ofrecido una perspectiva enriquecedora a nuestra mirada sobre los rasgos epocales de los medios.

Nuestra elección por los géneros de opinión se ha justificado porque algunos de ellos se constituyen en puntos de referencia del conjunto del discurso de sectores de la sociedad; porque poseen, generalmente, la condición de generar “liderazgos de opinión” y “efectos de autoridad discursiva”, desde distintos puntos de vista ideológicos y modalidades estilísticas y, porque dado su modo de construcción, deben tematizar no siempre desde la serenidad de la reflexión conceptual, sino desde la urgencia operativa.

Advertimos que la opinión sobre temas de actualidad, circula más allá de aquellos géneros periodísticos que el propio metadiscurso del medio define como comentario, comentario editorial, nota editorial y columna de opinión.

En relación con la *transposición* de los géneros, observamos que en la radio y en la televisión hay mayor articulación entre los géneros de opinión con los temas de actualidad tratados en otros segmentos de la programación, que la que establece *el editorial* con el resto del diario en la prensa gráfica. Podemos decir, entonces, que en la *déixis* de la radio y de la televisión es mayor el grado de anaforización y de cataforización que en la del diario.

En cuanto a los conductores periodísticos como actantes del género, por la fuente de opinión y el tipo de lenguaje que utilizan, son sujetos enunciadores suficientemente informados, con saberes profesionales específicos y, en algunos casos, de la cultura universal.

Por sus estrategias argumentativas aparecen como periodistas interesados en mostrar que su propio discurso se basa en la información veraz, en el conocimiento de la verdad, en un saber especializado, objetivo y legitimado. Aunque en la actualidad más de uno de ellos deba salir a pedir disculpas por afirmar como ciertas informaciones de dudosa comprobación.

Todos estos periodistas, desde la perspectiva del orador que intenta inducir a un auditorio a adoptar su propia opinión, ejercen su *rol de influenciadores* (Bremond: 1976), apelando a argumentaciones que responden a diversos órdenes o “móviles”

que pueden pesar sobre las decisiones del sujeto influenciado, básicamente, de índole ético o pragmático.

Por la manera de tematizar y por los modos de argumentar de los conductores, se observan características que se acercan a las del *discurso polémico*; esa suerte de combate o de batalla verbal que tan claramente aparece en el espacio político a través de los discursos coyunturales u oficiales, sindicales, electorales, parlamentarios, de reuniones partidarias. Se encuentran visiones del mundo, proyectos posibles de país, dimensiones éticas y políticas, aunque no siempre formulados explícitamente, pero que conforman una suerte de referencia última de todos los comentarios editoriales, precisamente en donde la argumentación se vuelve activa; proceso de construcción y reconstrucción incesante, puesta en práctica por un sujeto activo y parlante.

Si bien nos interesa señalar la importancia de la palabra argumentativa, vinculada con la posibilidad de definir situaciones de conflicto social en un contexto democrático y, en particular en los medios de comunicación, sabemos que el campo discursivo periodístico, por momentos, es semejante al campo discursivo político. Lo que hemos observado en esta última etapa son semejanzas cada vez más cercanas entre ambos discursos, que parecerían poner en cuestión las verosimilitudes discursivas del lenguaje periodístico vinculadas a su previsibilidad, como discurso articulador de otros discursos de la sociedad y, entre ellos, el mismo discurso político.

Si este escenario construido en el medio radiofónico y en la televisión es producto de la decadencia del campo donde se ejercía la gestión de los colectivos a largo plazo (el de la política) y, por lo tanto, los políticos han perdido el dominio de su propia esfera; o si es el dominio creciente de otros campos, el de los medios –entre ellos, la radio, la televisión– y el de los “hombres de la comunicación”, los que tienden a unidimensionalizar excesivamente el conjunto de la problemática política, es uno de los interrogantes que seguiremos profundizando en nuestro trabajo.

Bibliografía

- BREMOND, Claude, “El rol de influenciador”, en AA.VV., *Investigaciones retóricas II*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1976.
- MARAFIOTI, Roberto (Coord.), *Teoría de la argumentación. A 50 años de Perelman y Toulmin*, Biblos, Buenos Aires, 2010.
- RAMONET, Ignacio, Conferencia Central: “La Explosión del Periodismo”, en: II Encuentro de Televisoras Públicas de América Latina, Buenos Aires, 2013.
- _____ *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*, Ediciones Le Monde diplomatique “el Dipló”, Buenos Aires, 2011.
- VERÓN, Eliseo, *Construir el acontecimiento*, Gedisa, Buenos Aires, 1987.
- REALE, Analía y VITALE, Alejandra, *La argumentación (Una aproximación retórica-discursiva)*, Ars, Buenos Aires, 1995.
- WOLTON, Dominique, “Las contradicciones de la comunicación política”, CNRS, París, 1998.

