

¹⁰

(15

LAS DIFICULTADES

Por razones históricas, el discurso político ha sido uno de los primeros objetos **de** estudio **abordados** por quienes buscaban abrir **el** camino del **análisis** del discurso, en particular en **Francia**.¹ Desde entonces, cierto número de **tra-** **bajos** **han** sido publicados; globalmente, el **análisis** lexicológico **aparece** como la orientación metodológica dominante.²

Está claro que el **hablar de** discurso *político* supone necesariamente que **existen** discursos que **no son** políticos; dicho de otro modo, **la** noción de dis- curso político presupone, **de manera explícita o** implícita, **ciertas** hipótesis sobre **una** tipología **de** discursos sociales. Ahora bien, **es** igualmente claro que **esa** tipología **no existe** todavía. El **trabajo sobre** el **discurso** político se ha **desarrollado** entonces **sobre la base de** ciertas intuiciones **con** frecuencia co- rrectas y a **partir de** una **identificación de** sentido común, como por ejemplo la que consiste en **analizar como discurso político textos** producidos por lí- **deres o por partidos políticos** (De **Gaulle, Mitterrand**, el partido comunista, **Perón**, etc.).

Este modo **de proceder** podrá ser tachado de circular, puesto que **el tér-** **mino** a definir forma **parte** de la definición; es difícil, sin embargo, **en** el estado actual de nuestros **conocimientos** sobre el funcionamiento **de** los discursos. **sociales**, imaginar otro procedimiento que el que consiste en **asociar** de una

Ver en particular varios números especiales de revistas: "Le discours politique", *Langages* (N° 23, septiembre 1971), "Typologie du discours politique", *Langages* (N° 41, marzo 1976); "Analyse linguistique du discours jaurésien", *Langages* (No 52, diciembre 1978); "Linguistique et société", *Langue Française* (N° 9, febrero 1971); "Langage et histoire", *Langue Française* (N° 15, septiembre 1972); "Analyse de discours et linguistique générale", *Langages* (No 55, septiembre 1979); "Processus discursifs et structures lexicales. Le Congrès de Metz (1979) du parti socialiste", *Langages* (N° 71, septiembre 1983).

La mayoría de los trabajos citados en nota (1) tienen una dimensión lexicológica. Ver también: Jean-Marie Cotteret et René Moreau, *Le vocabulaire du général de Gaulle*, París, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1969; Jacques Gerstlé, *Le langage des socialistes*, París, Stanké, 1979, y dos números de la revista *Mots*, París, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques: N° 9, octubre 1984: "Analyse du discours. Mots dans l'histoire" y No 10, marzo 1985: "Le nous politique".

EL DISCURSO

manera general el concepto de 'discurso político' a la producción discursiva explícitamente articulada a las instituciones del Estado.

Conviene sin embargo subrayar el hecho de que la circularidad en cuestión es relativa: para identificar nuestro presunto objeto (el discurso político), hacemos intervenir las instituciones políticas: el concepto de 'político', como se ve, califica dos instancias diferentes, por un lado discursos, por el otro instituciones. Dado que una teoría de los discursos sociales parte del supuesto de que las unidades de análisis significativas, en lo que hace al discurso, deben estar asociadas a condiciones sociales de producción más o menos estables, parece lógico situarse dentro del marco de contextos institucionales fácilmente identificables y, sobre todo, respecto de los cuales existen desarrollos teóricos abundantes, como es el caso del sistema político en las sociedades democráticas. Al mismo tiempo, lo que nos interesa es hacer progresar la teoría del discurso. Y, desde este punto de vista, yo diría que lo esencial no es tanto el punto de partida cuanto el resultado. El resultado depende de la manera de llevar adelante el análisis: debemos estar en condiciones de transformar la categorización intuitiva inicial, y llegado el caso, abandonarla. Y, a este respecto, la cuestión decisiva es la siguiente: ¿en qué medida el análisis de los discursos asociados a estructuras institucionales determinadas (en este caso, el aparato del Estado) permite comprender mejor los mecanismos de dichas instituciones, su naturaleza y sus transformaciones? Todo indica que hay niveles de funcionamiento de los procesos políticos a los que solo podemos acceder a través del análisis del discurso.³

El análisis de los discursos sociales está apenas en sus comienzos. Pero lo poco que hemos avanzado basta ya para darnos una idea de la complejidad de los objetos que tratamos de describir, complejidad que explica las dificultades con que se enfrenta todo esfuerzo por constituir una tipología.

La **caracterización** de un tipo de discurso, en efecto, supone trabajar en varios niveles al mismo tiempo.-

En primer lugar, lo que **se trata de** conceptualizar no es nunca *un discurso*, sino un *campo discursivo*. Dicho de otra manera: nuestro objetivo no es construir una tipología de discursos, sino una tipología **de juegos** de discurso. Desde un principio nos vemos confrontados al análisis de procesos de *intercambio discursivo*.

En **segundo** lugar, y en consecuencia, la definición de un "tipo" supone la definición de una serie de **variantes** del mismo, que no son otra cosa que diferentes **estrategias** dentro del mismo juego. "La definición general del "tipo" supone la definición **de** un "núcleo" invariante y de un sistema de variaciones, sin lo cual la descripción de las relaciones **inter**-discursivas dentro del campo en cuestión es imposible.

3

14

En **tercer** lugar, la descripción de intercambios discursivos implica que tra-

Desde un punto de vista metodológico, **es** la "demostración" que hemos querido hacer en: Silvia Sigal y Eliseo Verón, *Perón o muerte*, Buenos Aires, Editorial Legasa, 1986.

bajamos en diacronía: los intercambios ocurren en el tiempo. Y una misma **estrategia** varía *a lo largo del tiempo*. Por lo **tanto**, aun en el plano-de-la-caracterización de una estrategia discursiva, se nos plantea el mismo problema de diferenciar un "núcleo" invariante y un sistema de variaciones.

En cuarto lugar, los diferentes modos de **manifestación** de un cierto "tipo" de discurso no pueden ser dejados de lado: los discursos sociales aparecen materializados en soportes **significantes** que **determinan** las condiciones de su circulación: la escritura de la prensa, la oralidad de la **radio**, la imagen televisiva. Es evidente que no podemos analizar de la misma manera los discursos políticos que aparecen en esos diferentes medios.

La descripción de un "tipo" supone pues la descripción de múltiples **estrategias**, de procesos de intercambio, de variaciones de cada **estrategia** a lo largo de un proceso discursivo, de modificaciones de **las** estrategias según el soporte **significante**. En cada nivel de análisis, es necesario disponer de criterios que permitan distinguir los **invariantes de las** variaciones.

Y a **través** de esa **maraña** de niveles que se **inter-determinan**, es preciso diferenciar lo esencial de lo accesorio, lo que **es específico** del discurso político de lo que no lo es, vale decir, los **elementos** que constituyen el "núcleo" del juego discursivo político, de aquellos elementos que pueden manifestarse en dicho juego, pero que **aparecen también** en otros juegos de discurso que no son el político.

Otra dificultad (que no es la última) deriva del hecho de que los campos discursivos se entrecruzan en forma permanente dentro de la **sociedad**: hay **interacción** *entre* juegos de discurso. Es **probable**, por ejemplo, que el periodista que presenta el noticiero de televisión no esté jugando al mismo juego que el líder político que es entrevistado dentro del noticiero. ¿Cómo trazar las **fronteras** entre los "tipos" (vale decir, **entre** los juegos)? ¿Cómo dar **cuenta** a la vez de la especificidad de cada "tipo" y de la manera en que los juegos se "contaminan" unos a otros?

Esta lista **-incompleta** de dificultades **bastará tal vez** para explicar por qué una tipología **teórica** de los discursos **sociales** se hace esperar, **y para generar en el lector** -así lo espero- una cierta indulgencia ante todo intento (como el **presente**) de aventurarse en el terreno incierto del "discurso político".

Como Chomsky lo ha dicho en **repetidas** oportunidades, **la** intuición es un arma fundamental para el progreso del conocimiento: ser "científico" no implica negarse a utilizar **la** intuición como punto de partida; lo esencial es la forma que daremos a **la** intuición inicial, el "trabajo" al que la **someteremos**, de modo tal que a partir de un cierto momento **ella** no sea más necesaria.

El **presente** trabajo tiene por único objeto explorar qué forma podemos dar, actualmente, a **la** intuición que nos lleva a

hablar de "discurso político".

TRES DESTINATARIOS PARA UN ENUNCIADOR

Hay un primer problema sobre el cual se llamó la atención desde los primeros trabajos a propósito del discurso político, que tiene que ver con uno de los

15

52

EL DISCURSO POLITICO

el campo

aspectos fundamentales de la intuición de la que hablamos. Es evidente que el **campo** discursivo de lo político implica *enfrentamiento, relación con un enemigo, lucha* entre enunciadore. Se ha hablado, en este sentido, de la dimensión *polémica* del discurso político. La enunciación política parece inseparable de la construcción de un *adversario*.

4

Esta característica **plantea** problemas relativos a los mecanismos de la enunciación en el discurso político.

Un mínimo de precisión terminológica es aquí necesario. Desde nuestro punto de vista, la enunciación corresponde a un nivel de *análisis* del funcionamiento discursivo. En consecuencia, **expresiones** como 'enunciación' y 'enunciador' designan "**objetos abstractos**" -como diría Chomsky-**integrantes** del dispositivo conceptual del **analista** del discurso, y no **entidades** o procesos concretos. A mi juicio es necesario entonces **evitar toda perspectiva empirista** de la enunciación, como por ejemplo la que aparece en los trabajos de Oswald Ducrot. Dice Ducrot: "**Llamaré 'enunciación' el hecho mismo de que el enunciado haya sido producido, el acontecimiento histórico** constituido por la aparición del enunciado".⁵

Para nosotros, en cambio, **hablar de enunciadore** implica una **modelización abstracta** que **permite el "anclaje"** de las **operaciones discursivas** a través de las cuales se construye, en el discurso, la **imagen** del que habla Para **designar el acontecimiento singular** que **es la producción de un enunciado** o una sucesión de enunciados, hablaremos de **acto de enunciación**.

La cuestión del adversario significa que todo **acto de** enunciación política supone necesariamente que **existen otros actos de** enunciación, **reales** o posibles, opuestos al propio. En **cierto** modo, todo acto de enunciación política, a la vez es **una réplica y supone** (o *anticipa*) **una réplica**. **Metafóricamente**, podemos decir que todo **discurso político está habitado por un Otro negativo**. Pero, como todo discurso, el **discurso político construye** también un Otro positivo, aquél al que el discurso **está** dirigido. En consecuencia, de lo que se **trata** en definitiva es de una suerte de **desdoblamiento que se sitúa** en la **destinación** Podemos **decir que el imaginario** político supone no menos de dos destinatarios: un **destinatario positivo** y un destinatario **negativo** El discurso político se **dirige a ambos al mismo tiempo**.

564

Conviene **subrayar** que **esta** hipótesis no **tiene** mayor **interés salvo** que se **insista** en su pretensión de **especificidad**. **Esta pretensión** implica que la hipótesis *solo se aplica al discurso político*. **Vale decir** que otros tipos de discurso

16

Cf. por ejemplo L. Guespin, "Problématique des travaux sur le discours politique", *Langages*, 23:3-24, 1971.

Oswald Ducrot, "Análisis pragmáticos" en *El decir y lo dicho*, Buenos Aires, Hachette, 1980. Respecto del concepto de enunciación como modelo analítico abstracto, ver Jean-Jacques Franckel et Sophie Fisher, "Conditions d'énonciation et pratique langagière", en: Sophie Fisher y Jean-Jacques Franckel (eds.), *Linguistique, énonciation. Aspects et détermination*, París, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 1983, págs. 5-17.

53

LA PALABRA ADVERSATIVA.

(el discurso de la información, la publicidad, el discurso científico, etc.) no presentan esta disociación estructural que presupone la construcción simultánea de un destinatario positivo y un destinatario negativo.

Por otro lado, considerada en sí misma la hipótesis es demasiado general. Lo interesante es describir las distintas modalidades según las cuales se construyen el Otro positivo y el Otro negativo: éste es un primer aspecto que permite diferenciar unas de otras las estrategias discursivas que se afrontan en el campo político en una situación dada. En otro lugar hemos intentado analizar en detalle el modo específico en que el Otro positivo y el Otro negativo aparecen en el discurso del general Perón. 6

Al construir su destinatario positivo y su destinatario negativo, el enunciador político entra en relación con ambos. El lazo con el primero reposa en lo que podemos llamar la creencia presupuesta. El destinatario positivo es esa posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que

los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador: el destinatario positivo es antes que nada el partidario. Hablaremos, en su caso, de prodestinatario. La relación entre el enunciador y el prodestinatario cobra, en el discurso político, la forma característica de una entidad que llamaremos colectivo de identificación. El colectivo de identificación se expresa en el 'nosotros' inclusivo.

El destinatario negativo: esta exclusión es la definición misma del destinatario negativo. Al destinatario negativo lo llamaremos contradestinatario. El lazo con éste reposa, por parte del enunciador, en la hipótesis de una inversión de la creencia: lo que es verdadero

para el enunciador es falso para el contradestinatario e inversamente; o bien: lo que es bueno para el enunciador es malo para el contradestinatario, o bien: lo que es sinceridad para el enunciador es mala fe para el contradestinatario, etc. En verdad, ese "otro" discurso que habita todo discurso político no es otra cosa que la presencia, siempre latente, de la lectura destructiva que define la posición del adversario.

Sta por supuesto, excluido del colectivo de iden-

Pero el análisis del discurso político en un contexto democrático revela la presencia de un tercer tipo de destinatario. Este "tercer hombre" resulta de una característica estructural del campo político en las democracias parlamentarias occidentales, a saber, la presencia de sectores de la ciudadanía que se mantienen, en cierto modo, "fuera del juego" y que, en

los procesos electorales, son identificados habitualmente como los "indecis

los "indecisos, si votan, deciden su voto

a último momento. Si la "figura" del prodestinatario está asociada a la presuposición de creencia y la del contradestinatario a una inversión de la creencia, la posición de los "indecisos" tiene, en el discurso político, el carácter de una hipótesis de *suspension de la creencia*. Designaremos esta posición como la posición del *paradestinatario*. Al *paradestinatario* va dirigido todo lo que en el discurso político es **del orden de la persuasión**.

6

S. Sigal y E. Verón, *Perón o muerte*, *op. cit.*

7

'Nosotros inclusivo', según la terminología de E. Benveniste, *Problèmes de linguistique générale*, París, Gallimard, 1966.

17

Ma

LA PALABRA ADVERSATIVA

Las "funciones" del discurso político son pues múltiples, cosa que con frecuencia se olvida por ejemplo cuando se comparan las estrategias "modernas" de comunicación de los partidos políticos con las estrategias publicitarias. El discurso de la publicidad es enteramente del orden de la seducción-persuasión. El discurso político es un discurso de refuerzo respecto del prodestinatario, de *polémica* respecto del contradestinatario, y de *persuasión* solo en lo que concierne el paradestinatario. En la economía discursiva de los intercambios políticos, las tres funciones son igualmente importantes.

ENTIDADES Y COMPONENTES

En el plano del enunciado, dos niveles de funcionamiento parecen fundamentales. Veamos en primer lugar lo que llamaré las *entidades del imaginario político*. El discurso político está habitado, en efecto, por varios tipos de

Entidades.

1) Ya me he referido al colectivo de identificación, marcado por el "nos-- otros" en el plano enunciativo. Este colectivo es el fundamento de la relación que el discurso construye entre el enunciadador y el prodestinatario. El colectivo de identificación aparece también en el plano del enunciado, en la medida en que habitualmente se lo designa de manera explícita en el discurso: 'nos- otros, los comunistas', 'nosotros, los peronistas', etc. La designación tiene

por supuesto sentido negativo cuando se trata del colectivo de identificación de un contradestinatario. Estos colectivos de identificación son entidades *enumerables*, vale decir, que admiten la fragmentación y la cuantificación (por ejemplo: "muchos socialistas piensan que...").

2) Entidades, también enumerables, que **designan** colectivos que no funcionan como operadores de identificación de los actores en presencia, sino que corresponden a entidades más amplias que los colectivos, y que el enunciador político coloca habitualmente en posición de recepción; por ejemplo: 'ciudadanos', 'trabajadores', 'argentinos', etc. Se **trata** de colectivos asociados habitualmente al **paradestinatario**. Nótese que estos colectivos más **abarcadores** aparecen en otros tipos de discurso, como en el discurso de la información. Su funcionamiento en otros contextos es, sin embargo, muy diferente que en el caso del discurso político.

3) Entidades que llamaremos **meta-colectivos singulares**. Singulares, porque no admiten la cuantificación y difícilmente la fragmentación; meta-colectivos, porque **son más abarcadores** que los **colectivos** propiamente políticos que fundan la identidad de los enunciadores. Estas entidades son de una extrema importancia en el discurso político. Entre los diez términos más **frecuentemente** utilizados por el general De Gaulle, identificados por medio del análisis lexicológico, los siete primeros correspondían a este tipo de entidades: 'la Francia', 'el país, la república', 'el estado', 'el mundo', 'el pueblo', 'la nación'. Ciertas fragmentaciones son posibles; se pueden encontrar, por ejemplo, expresiones como 'el país está dividido'.

&#

4) Ciertas formas nominalizadas que el enunciador **utiliza para** ritmar sus argumentos. Se **trata de** expresiones que adquieren una cierta autonomía semántica respecto del contexto discursivo, que funcionan como fórmulas" relativamente aisladas. Por ejemplo: el cambio 'sin riesgos' (en el discurso giscardiano, durante la campaña presidencial francesa de 1974); la participación' (en el discurso del general De Gaulle de un cierto período); la otra política' (en el discurso del candidato François Mitterrand durante la elección presidencial francesa de 1981). Con valor **negativo**: 'el desorden', 'la decadencia'. La función específica de estas entidades es **de poseer** un valor metafórico (de substitución) respecto del *conjunto* de la **doctrina** de un enunciador o una posición política, ya sea con valor positivo (si la fórmula simboliza la propia posición **del** enunciador) o negativo (si representa **la** posición de un contradestinatario). La **tendencia a la** autonomía de estas entidades respecto del contexto discursivo es reforzada por el hecho de que se **las** utiliza habitualmente como "slogans" en la publicidad (afiches) durante las campañas electorales.

5) Formas nominales que, a diferencia de las precedentes, **poseen un poder explicativo**, son verdaderos operadores de interpretación: su utilización supone un efecto inmediato de inteligibilidad por parte al menos del prodestinatario. Un ejemplo típico actual es: la crisis? Un ejemplo célebre es: 'el imperialismo'.

Estas diferentes especies de entidades intervienen tanto en la construcción del enunciador (que **va a** establecer relaciones con unas u otras) cuanto en la construcción de los destinatarios. Lo interesante es subrayar que poseen diferentes propiedades "lógicas" que determinan lo que podríamos llamar "leyes de composición". Si **el** enunciador, por ejemplo, construye un **paradestinatario**, es **decir**, un destinatario susceptible de *escuchar* y *comprender*, destinatario posible de sus argumentos, **utilizará** para designarlo un colectivo **enumerable**: 'los ciudadanos', 'los argentinos' ('los argentinos saben bien que...'). El **contradestinatario** (vale decir, el *destinatario imposible*, sordo e impenetrable, que el **enunciador** construye como excluido del circuito de la comunicación), será **designado** con frecuencia bajo la forma de un colectivo singular y masivo: 'la derecha', 'la reacción'.

En el **plano** del enunciado, el segundo nivel fundamental es el de los *com-ponentes*. Este nivel opera como articulación entre el enunciado y la enuncia ción, puesto que los componentes definen las modalidades a través de las cuales **el** enunciad^or construye **su** red de relaciones con las entidades del imaginario. Distinguiremos cuatro componentes: *descriptivo*, *didáctico*, *programático* e *interpelativo*. Hay que entender estos componentes no como elementos aisla-

8 Jean-Marie Cotteret y René Moreau, *Le vocabulaire du général de Gaulle*, op. cit.

18

54.

19.

EL DISCURSO POLITICO

LA PALABRA ADVERSATIVA

dos y aislables, puntuales, sino como **zonas** del discurso. El discurso político entreteje permanentemente **estas** cuatro "zonas", pero **las figuras** que se dibujan en esta trama son diferentes según las posiciones de enunciación dentro del campo político. El enunciad^or se **marcará más** o menos **explícitamente** en relación con las modalizaciones dominantes en cada componente; **las** entidades del imaginario podrán **aparecer** bajo diferentes formas en cada componente; el **prodestinatario**, el **contradestinatario** y el **paradestinatario** tendrán uno u otro de los componentes como lugar privilegiado de manifestación, etc.

El componente descriptivo

El componente **descriptivo** es aquél **en** que **el** enunciad^or político **ejercita** la **constatación**: balance de una situación. En la "zona" descriptiva **del** discurso político, predominan los verbos en presente del indicativo. El componente **des-criptivo** comporta con frecuencia a la vez **una** lectura del pasado y una **lectura de la** situación actual.

He aquí un ejemplo fuertemente marcado, de manera **implícita**, por el contradestinatario:

"El **país**, después de estos dieciocho **años de inestabilidad** gubernamen- tal y desorden **administrativo**, ha quedado como si hubiera **sufrido una** catástrofe, con su economía y sus **finanzas** comprometidas, **su paz amena-** zada y su estado social en una depresión sin precedentes, con **el agregado de** que las perspectivas **para** el futuro **inmediato** son cada día peores" (J. D. Perón, *mensaje desde Madrid*, 1972).

La lectura del p pasado y **la lectura del presente** se **articulan una a** la otra por medio del **fantasma del saber colectivo** (que **reenvía al** 'nosotros' de identifica- ción o a otro colectivo **más** amplio como la **Patria o la Nación**), o bien **a través de** la imagen del propio enunciad^or **en tanto Líder**, fuente de la coherencia y **de la racionalidad de estas lecturas de la historia próxima o lejana**.

He aquí un fragmento en **el cual el meta-colectivo** Francia es **utilizado** como objeto **de la** descripción, el enunciad^or insertándose como conclusión, como **anclaje** en el tiempo **presente**:

"Francia, **pese a** las dificultades que durante cierto tiempo **han** podido magullarla y **debilitarla**, desempeña un rol considerable **en** esta evolución. Esto resulta sin duda de las **posiciones** que su política, su economía, su **cultura**, su fuerza, le habían **hecho** adquirir en **todas partes** del mundo. (...) Pero ello resulta, también y sobre todo, de la **naturaleza de** su genio que ha hecho **de** ella, en todos los tiempos, un **fermento** y un **campeón** de la liberación del hombre. **A pesar de las** tensiones que ha sufrido nuestra acción en este dominio, hemos vuelto a nuestra línea general" (Charles de Gaulle, *conferencia de prensa del 31-1-64*).

Considerado en sí mismo, por supuesto, el componente **descriptivo** está presente en otros discursos sociales; es dominante, por ejemplo, en el discurso

6

de la información. Pero la diferencia entre el discurso de la información y el discurso político reside en el hecho de que en el primero el enunciad^or aparece como mediador-testigo, mientras que el enunciad^or político se construye a sí . . mismo como fuente privilegiada **de** la inteligibilidad de la descripción y de **las** numerosas modalizaciones

apreciativas (evaluaciones) que articulan la descripción. 10

4

Es por supuesto en el componente descriptivo que encontramos los mecanismos básicos por medio de los cuales el discurso político se hace cargo de la economía.

El componente didáctico

Tanto el componente descriptivo como el didáctico corresponden a la modalidad del *saber*. Pero a diferencia del componente descriptivo, el componente didáctico no es del orden de la constatación. A través del componente didáctico, el enunciador político no evalúa una situación, sino que enuncia un *principio general*; no describe una coyuntura específica, sino que formula una *verdad universal*. En la "zona" didáctica del discurso político, las marcas de la subjetividad del enunciador son mucho menos frecuentes: los principios se enuncian en el plano intemporal de la verdad. He aquí un fragmento didáctico focalizado en una calificación negativa de un contradestinatario no identificado:

"Los gobiernos modernos. . . han dejado de ser problemas políticos para pasar a ser problemas sociales. El que gobierne hoy con criterio únicamente político, irá irremediablemente al fracaso" (J. D. Perón, 4-8-44).

El siguiente fragmento concierne un principio que pone en escena un meta-colectivo definido como enunciador, y el enunciador mismo del texto, que se posiciona como prodestinatario privilegiado del meta-colectivo:

"Una elección no es solamente un modo de elegir entre los candidatos. Es también una circunstancia en la cual el país entero expresa un mensaje a sus dirigentes" (Valéry Giscard d'Estaing, *declaración del 22-3-78*).

El componente prescriptivo

Este componente entreteje lo que en el discurso político es del orden del *deber*, del orden de la necesidad deontológica. Dicha necesidad aparece, natu-

9' Sobre el discurso de la información, cf. Eliseo Verón, *Construir el acontecimiento*,

Buenos Aires, Editorial Gedisa, 1983.

10

A lo largo de la historia de los noticieros en la televisión, esta figura del mediador-testigo ha sufrido modificaciones importantes y presentado diferentes modalidades de construcción. Ver a este respecto E. Verón, "Il est là, je le vois, il me parle", *Communications*, 38:98-120, 1983.

55

21

EL DISCURSO POLITICO

ralmente, como de carácter impersonal, como un imperativo universal o al menos universalizable; el enunciador puede sin embargo marcarse explícitamente como fuente expresiva de la regla deontológica enunciada, como en el siguiente fragmento:

"Reitero que es necesario.

revertir el proceso centripeto de concentración de poder que se ha dado en las últimas décadas en nuestro país. . . (..) La descentralización de la participación, debe redundar en una mayor eficacia en la gestión, de tal forma que entre la decisión y su ejecución no se establezca una enorme cadena de instancias que dilaten o diluyan tal ejecución" (*Raúl Alfonsín, alocución sobre el proyecto de traslado de la Capital Federal a Viedma, 15-4-86*).

El enunciado de la regla puede también cobrar la forma de un principio impersonal, sin que el enunciador busque articularse explícitamente a la legitimidad de la regla en cuestión. Esta "distancia" entre el enunciador y la regla que él enuncia, aparece reforzada en el ejemplo siguiente a causa de la fórmula condicional:

"Si se quiere que se desarrolle una vida asociativa susceptible de ampliar el campo de la democracia, es indispensable que las asociaciones obren con plena independencia de los poderes públicos, de los sindicatos y de los partidos"

(François Mitterrand, *Ici et maintenant*, 1980),

En situación de campaña electoral, es el componente prescriptivo el que concentra el mayor número de operaciones de interpelación orientadas hacia el prodestinatario y el paradesinatario.

El componente programático

En este componente se manifiesta el peso de los fantasmas del futuro en el discurso político: es aquí que el hombre político **promete**, anuncia, se compromete. El componente programático se caracteriza por el predominio de las formas verbales en infinitivo y, naturalmente, en futuro; el infinitivo puede ser reemplazado por nominalizaciones. El componente programático es del orden del *poder hacer*

He aquí un ejemplo caracterizado por el uso insistente de nominalizaciones, y construido en torno de la oposición entre el enunciador y el contradestinatario, con una fuerte acentuación del colectivo de identificación:

"¿Qué hacer? ¿Permanecer prudentemente en una actitud de **indeterminación artística**, haciendo creer que se podría **dar a todo el mundo** sin quitarle nada a nadie? (...) Nosotros decimos: fuerte aumento de los bajos salarios y aumento de los altos salarios por encima; mantenimiento **del nivel de ingresos** para la capa superior **de** los verdaderos asalariados (...) reducción cada vez más marcada **de** los ingresos que se sitúan en un nivel todavía **más elevado**" (*Georges Marchais, secretario del partido Comunista francés, Informe al Comité Central, 12-1-81*).

ESTRATEGIAS DISCURSIVAS

Enunciar una palabra política consiste entonces en **situarse a sí mismo** y en **situar** tres tipos de destinatarios diferentes, por medio de constataciones, peticiones, prescripciones y promesas, respecto de las entidades del **imaginario**: por un lado respecto de aquellas entidades con **las** cuales el enunciador busca construir una relación -los metacolectivos- y por otro respecto de la entidad que funda la legitimidad de la toma de palabra, el colectivo de identificación.

Dentro del campo político en un momento dado, dos **estrategias** discursivas podrán ser diferentes:

en términos de la relación del enunciador con los metacolectivos singulares (La Nación, La **Patria**, etc.);

en términos de la relación del enunciador con su colectivo de identificación;

en términos de las modalidades de construcción de **los destinatarios**;

en términos del modo de articulación del enunciador a sus **enunciados**, en el contexto de cada componente;

en términos del peso y del rol desempeñado por los tres tipos de **destinatarios**, en el contexto de cada componente;

y

en términos de las modalidades de articulación de los componentes entre sí del peso relativo de cada uno.

Esta **lista** -incompleta- puede en todo caso **orientar una exploración** destinada a caracterizar **estrategias** políticas discursivas. Lo más probable es que, en una situación dada, dos estrategias discursivas dentro del campo político difieran en **todas estas** dimensiones al mismo tiempo.

He tratado de dar una primera forma a la "intuición" que nos **lleva** a hablar de 'discurso político' como un tipo de discurso social caracterizado por determinadas propiedades, que definen un modo particular de funcionamiento. El marco conceptual así trazado es, por supuesto, **totalmente** insuficiente; permite apenas formular **algunas** hipótesis **de trabajo** para la **tarea** de descripción de superficies discursivas. Al mismo tiempo, no hemos proporcionado ninguna *prueba* de que las características así definidas como importantes para la descripción del funcionamiento de la discursividad política le sean realmente **específicas**.

Se podría **objectar**, por ejemplo, que el discurso publicitario se construye con **exactamente** los mismos componentes: el mensaje publicitario también **constata, explica**, prescribe y promete. Lo único que **esta** objeción sin duda

muestra, es que un tipo de discurso no puede ser caracterizado en términos de "actos de lenguaje". Sean **cuales** fueren **los tipos** de "actos" que se

definan, se los encontrará, bajo una u **otra forma**, en todo tipo de discurso. Los elementos que hemos enumerado no pueden ser considerados aisladamente. Lo que caracteriza la especificidad del discurso político es cierta *configuración* de operaciones **discursivas**, uno de **cuyos** aspectos fundamentales es el **de** las operaciones enunciativas. El dispositivo **de la** enunciación publicitaria, por ejemplo, **no** comporta los **tres** tipos de destinatarios que hemos evocado muy esquemáticamente y como consecuencia de **ello**, **la legitimidad** del enunciadore publicitario **no se** sitúa en el mismo registro que **la legitimidad** del enunciadore político, en particular en lo que **hace al papel** que desempeñan **los meta-colectivos**. Dentro de los límites de este artículo me **es** imposible, sin embargo, aportar una demostración **de** la diferencia fundamental entre el discurso político y el discurso publicitario. Me limitaré a reiterar la observación según la cual el campo político es un "mercado" solo en lo que **hace a la** función **persuasiva**, que construye la relación con el **paradestinario**; la función de refuerzo y la función polémica son fundamentalmente **inaccesibles** a la lógica **de la** "persuasión".¹¹

EL CUERPO POLITICO

La principal limitación del esquema que acabo **de** presentar **reside** en el hecho de que trata el discurso político como si **éste** fuera sólo un fenómeno de lenguaje, un ente **de palabra**. **Ahora** bien, el proceso que **he** llamado en otro lugar **de la mediatización** de **las** sociedades industriales, afecta **todos** los discursos sociales, y el discurso político en particular. Como resultado de **este** proceso, las **estrategias** discursivas, **caracterizadas durante** mucho tiempo como estrategias de **la** escritura y de **la** palabra, han debido hacerse cargo de nuevos soportes materiales. La imagen televisiva se **ha** convertido en **el más** importante de estos soportes, y el espacio **de la pantalla de televisión** se **ha** vuelto el **principal** lugar de **manifestación de los** ceremoniales del Estado.¹²

Pero en **ese** espacio, el político **no está** solo: **si la** televisión **es**, en buena medida, un espacio *público*, no es exclusivamente un espacio *político*. A diferencia de la época anterior a la difusión **masiva** de los medios **llamados "electrónicos"**, en la cual ciertos **espacios sociales** eran propiamente políticos (los edificios **estatales**, el **parlamento**, la sede de los partidos, etc.) o se **transformaban** transitoriamente en espacios políticos (la "**plaza**", durante una manifestación) **el espacio televisivo** se vuelve político en determinadas condiciones

¹¹

En términos groseramente **simplificados**: tanto el discurso de la publicidad como el discurso político, en virtud **del** componente persuasivo, deben construir **su** legitimidad a **partir** de un presupuesto de **interés**: el enunciadore no puede sino construirse como interesado en obtener la **adhesión** del destinatario. Pero el discurso publicitario resuelve el problema *exhibiendo* su interés, mientras que el discurso político debe presentar **el interés del enunciadore** como **transfigurado** por el interés colectivo. ¹² Cf. Eliseo Verón, "Le séjour **et** ses doubles: architectures du petit écran", *Temps*

Libre, París, 11:67-78, 1985.

(**durante un debate** entre candidatos, **durante una alocución** del presidente de la República, etc.). Bajo distintas formas, según **la historia de la** televisión en los diferentes países democráticos (sistema. privado, como en los Estados

Unidos, tradición de servicio público como en Francia) el espacio simbólico de la televisión es ocupado por otras figuras dominantes que juegan otros juegos de discurso. La más importante es probablemente la figura del periodista, del enunciador que toma a su cargo el relato de la actualidad del mundo. El curso de la información, encarnado por el periodista, constituye el contexto dentro del cual, en la mayor parte de los casos, el discurso político puede manifestarse.

Lejos de provocar, como se ha pretendido, una simplificación o una "unidimensionalización" de los discursos, la mediatización de las sociedades democráticas vuelve las estrategias discursivas cada vez más complejas. El líder político debe entonces, no solo construir su relación con los meta-colectivos, no solo reforzar su vínculo con el prodestinatario, neutralizar la réplica del contra-destinatario y persuadir al paradesinatario; la televisión lo obliga ahora a negociar la construcción de su imagen con múltiples figuras que ocupan la pantalla de televisión, y que no siempre le facilitan la tarea. En muchos casos, esta "negociación" se vuelve decisiva, y los efectos sobre los receptores del modo en que

el líder político interactúa con esas otras figuras sociales son tan importantes como los efectos derivados de la estrategia enunciativa propiamente política, o del juego de constataciones, explicaciones, interpelaciones y promesas. He tratado de mostrar en otro lugar cómo la estructuración espacial de las emisiones políticas puede ser determinante, en la medida en que condiciona el acceso del líder político al eje de la mirada (controlado habitualmente por el periodista o el "presentador" del programa) eje que define lo que llamo el *espacio umbilical*, nudo crucial del contacto entre el enunciador y el destinatario en la televisión.¹³ En las sociedades democráticas el espacio televisivo es un espacio público y cotidiano a la vez. La irrupción de la palabra política en dicho espacio es un fenómeno complejo, que conocemos mal todavía, pero que en todo caso ha agregado nuevas dimensiones estratégicas a la producción del discurso político.

La televisión ha generalizado la construcción, en el orden simbólico, de lo que podemos llamar el *cuerpo significante*. La enunciación política pasa ahora por la elaboración del *cuerpo político*. El cuerpo político no es el cuerpo significativo de un ciudadano cualquiera; interpela la imagen corporal del televidente, activa en éste los modos de lectura de la gestualidad cotidiana, pero se encuentra en ligero desfasaje con respecto a dicha gestualidad.

La mediatización abre nuevas dimensiones al análisis del discurso político. Estas nuevas dimensiones no deben hacernos olvidar los complejos mecanismos de la materia lingüística tal como funcionan en el discurso político:

13

E. Verón, "Le séjour et ses doubles...", *loc. cit.*

14

É. Verón, "Corps Signifiant", en: *Sexualité et pouvoir*, París, Payot, 1976.

25

EL DISCURSO POLITICO

esos mecanismos están siempre ahí y son siempre importantes, porque los televidentes no son sordos ni estúpidos (como ciertas teorías de las "comunicaciones de masas" parecen suponerlo). Pero al orden del lenguaje se agrega, en una configuración extremadamente compleja, la incorporación de los códigos del contacto, propios de la televisión. Desde hace mucho tiempo, los líderes políticos estaban obligados a producir textos sinceros; la radio los llevó a buscar un tono sincero; hoy en día deben construir un cuerpo sincero. Pero la sinceridad de un candidato, la sinceridad de un presidente, no se elaboran de la misma manera que la sinceridad de un presentador de noticiario.

Valéry Giscard d'Estaing, en el anuncio de su candidatura a la presidencia de la República en 1974, manifestó que quería clavar su mirada en los ojos de Francia.¹⁵ Lo que pensó Francia de semejante mirada no lo sabemos, pero sí lo que pensaron los ciudadanos-televidentes en 1981, cuando el presidente en cuestión, tras siete años de tele-mirada, se presentó como candidato a un nuevo período.

Olvidar que mirar a los ojos de millones de personas es a la vez interesante y complicado, es igualmente peligroso para un presidente de la República y para un investigador del discurso político.

15

26

La frase decía, en francés: "je voudrais regarder la France au fond des yeux".

58