

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA**  
**Tesis Licenciatura en Sociología**

**Análisis de discursos políticos en televisión**

**Sandra Silva**  
**Tutor: Pablo De La Rosa**

**2005**

# Índice

---

1.	Resumen	Pág. 1
2.	Introducción	Pág. 2
3.	Marco Teórico	Pág. 5
4.	Problema de Investigación	Pág. 10
	4.1. Pertinencia de la investigación	Pág. 10
	4.2. Definiciones básicas	Pág. 11
5.	Hipótesis	Pág. 15
6.	Objetivo	Pág. 15
7.	Abordaje Metodológico	Pág. 15
	7.1 Muestra	Pág. 16
	7.2 Técnicas de recolección	Pág. 17
	7.3 Técnicas de Análisis	Pág. 17
	7.4 Dimensiones y categorías de análisis	Pág. 19
	7.5 Procedimiento de análisis	Pág. 23
8.	Resultados de la Investigación	Pág. 25
	8.1 Presentación, análisis e interpretación de los datos	Pág. 25
	8.2 Conclusiones	Pág. 39
9.	Bibliografía	Pág. 41
10.	Anexos	Pág. 43
	Anexo 1: Transcripción de Entrevistas para el análisis.	Pág. 43
	Anexo 2: Transcripción de Entrevistas a diferentes candidatos, fragmentos de Informativos y Publicidad sobre la Elección Interna Junio /04.	Pág. 87
	Anexo 3: Tablas de recolección de datos.	Pág. 100

---

## 1. Resumen

---

El trabajo que se presenta a continuación es el resultado del análisis llevado a cabo en el marco del Taller Central de Sociología de la Comunicación de Masas entre 2003 y 2004. En el mismo se expone un estudio comparativo basado en el análisis de discursos políticos, por medio de la construcción de categorías que tienen en cuenta la especificidad de los mismos y el contexto en el que se desarrollaron.

En concreto el objetivo del estudio fue; analizar en forma comparativa discursos políticos de candidatos a las elecciones internas (Junio 2004) en un determinado contexto; la televisión, con el objetivo de probar la homogenización de los mismos. Para el análisis se consideraron los enfoques teóricos de autores que desarrollaron estudios sobre la relación política - televisión. El abordaje metodológico se realizó en función del análisis de discursos. Se generó un procedimiento que partiendo de la selección de los principales temas de los discursos (pobreza, trabajo, salud y jubilaciones), los mismos se estudiaron a partir de las categorías; tratamiento del tema, presuposiciones, implicancias y estrategias discursivas. Se concluye con este análisis y en función al abordaje realizado, que en las categorías estudiadas sobre los cuatro temas seleccionados los diferentes candidatos los exponen en forma homogénea. El efecto que se probó con la presente investigación refiere a la homogenización de los discursos a nivel de forma y contenido. En relación al medio en el cual los mismos se desarrollaron vale indicar que en función del apoyo teórico expuesto este efecto se considera determinado por el contexto en el que se emitieron, la televisión.

## 2. Introducción

---

En el marco del Taller de Sociología de la Comunicación de Masas resultó interesante abordar la relación política – medios masivos de comunicación.

En términos generales el presente trabajo intenta dar cuenta del estudio realizado en el ámbito de discursos políticos. Específicamente se han intentado identificar, examinar e interpretar; el tratamiento, las presuposiciones, las implicancias y las estrategias discursivas desarrolladas por los diferentes

candidatos (sobre temas recurrentes en los discursos) en la etapa previa a la elección interna de los partidos de junio de 2004, con el objetivo de afirmar o refutar la hipótesis del presente.

A nivel introductorio se entiende necesario realizar algunas consideraciones referentes a la concepción de discurso, particularmente de discurso político, así como también al contexto en el cual se desarrollaron; la televisión.

En relación al **discurso** debemos tener en cuenta que el mismo no es una realidad dada empíricamente, sino un objeto que se construye en base a una realidad lingüística y social determinada. El discurso es siempre un texto situado de acuerdo a sus condiciones sociales de producción. Tal como indica Laclau, el discurso es el concepto articulado de relaciones sociales que son relaciones de sentido. Es decir que lo discursivo no se refiere a un texto en sentido restringido *“sino al conjunto de los fenómenos de la producción social de sentido que constituyen una sociedad como tal (...) no hay nada específicamente social que se construya fuera del campo de lo discursivo. La historia y la sociedad son en consecuencia un texto infinito”*.<sup>1</sup>

Esta perspectiva supone que el discurso es una práctica productiva, una práctica social y un elemento importante en la constitución de la realidad social. Los discursos políticos, en particular, contribuyen a la definición acerca de la política en nuestra sociedad a partir de una tematización y una puesta en escena simbólica y discursiva de los sujetos y los programas que pretenden siempre imponer un punto de vista como legítimo y representar el “orden deseable”.

Por razones históricas, el **discurso político** ha sido uno de los primeros objetos de estudio abordado por quienes buscaban abrir camino al análisis de discurso. Así, la escuela francesa de análisis de discurso, que desarrolló sus teorías a partir de los aportes del marxismo althusseriano, la lingüística y el psicoanálisis, tomó al discurso político como objeto privilegiado pero sin una definición de su especificidad y como parte de un conjunto de formaciones discursivas.

Esta falta de especificidad provocó que la mayor parte de los estudios realizados adopten una concepción espontánea o de sentido común, que considera políticos

---

<sup>1</sup> Párrafo de Laclau en: Aziz, A. : El Análisis del Discurso. Oficio de Artesanos. Ed. De la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, 1982, p. 32.

a los discursos que provienen de actores o instituciones de la esfera política o ligados al Estado.

Hasta la década del ochenta, los trabajos de análisis, dedicados casi exclusivamente al problema del método, no abordaron la especificidad del discurso político. A partir de esta década un conjunto de autores, ubicados en esta perspectiva preocupada por las propiedades específicas del discurso político y su articulación con la organización social proponen definir el discurso político como una forma particular de discurso ligado al proceso de institucionalización política que contribuye a la producción de la sociedad moderna.

En relación al **contexto (televisión)** en el que se desarrollaron los discursos políticos analizados en el presente estudio, es importante considerar sus características.

Gran parte de la actividad política de nuestros días ya no se hace en los locales partidarios o las grandes plazas, tampoco en los hemiciclos parlamentarios. Aparte de las reuniones reservadas y los días de las elecciones, la política se desarrolla a través de los medios de comunicación. Éstos condicionan las formas de llevar adelante la movilización del electorado frente a un comicio, los ritmos y temas de una campaña, influyen en el conocimiento de los candidatos y en la transmisión de sus mensajes. Los medios fijan la agenda de discusión política para el gobierno y para la oposición y en sus espacios es donde suele ganarse o perderse la legitimidad para tomar medidas.

La televisión es considerada hoy, por acuerdo unánime de politólogos, sociólogos, teóricos de la información, antropólogos o teóricos de la cultura, como uno de los lugares en los cuales la intersección de las líneas según las cuales se desenvuelven los cursos más heterogéneos de la vida del presente, alcanzan, para bien o para mal de estos cursos, su densidad más intensa.

La televisión ha resultado ser, de hecho, uno de los instrumentos más influyentes en este proceso de intersección efectiva y universal (política, cultura, economía) que conocemos hoy como "mundialización" o como "globalización". Y suele ser acusada de ser la responsable, de la degradación de la cultura y de la desviación de los objetivos y políticas culturales de una sociedad que parece determinada hacia rutas que están dirigidas más por los intereses económicos derivados de la necesidad de altas audiencias, que por los intereses universales de la humanidad.



Actualmente es válida la afirmación “no hay política sin medios”<sup>2</sup>, es decir que la política, en su acepción moderna, no puede prescindir de la cotidiana batalla mediática.

Entre los medios de comunicación contemporáneos, los de carácter audiovisual llevan la mayoría en audiencia y en influencia. La prensa escrita tiene presencia en los circuitos de decisión, pero los grandes públicos, que es entre quienes se encuentran la mayoría de los votantes y así las fuentes de consenso indispensable en cualquier democracia, no sólo prefieren la televisión, sino también y de manera creciente, estos grandes segmentos sociales, para el ejercicio del ocio y en la conformación de las imágenes que tiene sobre los asuntos públicos, dependen de los medios audiovisuales.

Esta dependencia tiene importantes consecuencias; entre las primeras se encuentra el incremento en la influencia de las empresas de televisión, que suelen formar parte de conglomerados involucrados en otras áreas del entretenimiento y de la industria mediática y con inevitables intereses corporativos y políticos.

Otro efecto de gran trascendencia corresponde a que la preponderancia de la comunicación audiovisual está significando un empobrecimiento del discurso y así, del contenido de los mensajes. Tanto por el contexto en el cual los ubica, como por la extensión y la intencionalidad que les dan; los medios contemporáneos tienden a parcializar, simplificar y trivializar los mensajes políticos, provocando la homogenización de los mismos. Los medios, pero muy especialmente la televisión, imponen sus formatos a los acontecimientos políticos. Cuando un diario impreso da cuenta de un evento político de importancia nacional, puede esperarse que en la reseña periodística se transcriban en extenso las alocuciones pronunciadas en aquella reunión o incluso, que se publiquen completas las disertaciones más relevantes. En cambio, la televisión, en donde más que en cualquier otro sitio el “tiempo es dinero”, reseña en unos cuantos instantes las reuniones políticas, de las cuales ofrece imágenes fragmentarias más que la síntesis de argumentos y posiciones que allí pudieron haberse expresado.

---

<sup>2</sup> Raúl Tejo Delarbre, en apuntes de la conferencia “Medios de comunicación y cultura política” organizado por la Fundación Pablo Iglesias y la Conferencia Permanente de Partidos Políticos de América Latina en marzo de 1998, en Madrid, p. 2

El estilo discursivo característico del debate público – y en general, de todo ejercicio de reflexión y deliberación – queda simplificado a grandes trazos retóricos. En vez del género argumental que formula una proposición, la razona, la contrasta con otras opciones, la respalda con datos y de allí deriva en tesis o exhortaciones, nos encontramos con un estilo discursivo pensado exclusivamente, o casi, para deslumbrar, aturdir o sorprender. Y esta realidad se presenta tanto en los discursos oficialistas, o discursos más conservadores, como en los de oposición.

### 3. Marco Teórico

---

El presente análisis se basa en diferentes planteos desarrollados por teóricos que proponen aproximaciones a la temática del discurso político, así como a la relación de los mismos con el medio por el que se transmiten – televisión.

Para poder comprender cómo los políticos usan el lenguaje para comunicarse políticamente se ha recurrido a procedimientos y categorías de análisis provenientes del ámbito del **análisis de discurso**.

Las fuentes históricas de esta disciplina se remontan a la retórica clásica – el arte de hablar bien – cuya preocupación fundamental la constituía “*la eficacia persuasiva del habla pública en los ámbitos judiciales y políticos*”<sup>3</sup>.

Ya que el análisis del discurso es abordado por diferentes disciplinas, es necesario precisar que el presente estudio se enmarcará en una concepción lingüística del discurso en la que éste es considerado como “*un nuevo nivel de análisis con sus propias categorías*”<sup>4</sup>.

En función de las categorías de análisis y procedimientos utilizados por distintos autores así como en función de las lecturas de trabajos realizados con objetivos similares al presente se generó un procedimiento de análisis que nos permitirá desarrollarlo. Este procedimiento se centra principalmente en el modelo desarrollado por la Dra. Leda Bernardi (Directora del programa de Semiótica de la Universidad de Santiago de Chile), publicado en la revista chilena de semiótica (

---

<sup>3</sup> van Dijk, T.A. : Prejuicios en el Discurso. Editorial John Benjamin, Ámsterdam, 1985, p. 23.

<sup>4</sup> Bolívar, A.: Textos y discursos en el encuentro de dos mundos, Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de "El Español de América", Santiago, Chile, 1992, p. 17.

10/1996). Quien describe un método de análisis de discursos políticos basado tanto a nivel teórico como metodológico en investigaciones y textos de; Bolívar, Brown y Yale, Van Dijk, Landowsky, Grile y Austin. Este modelo se adaptó al objeto de la presente investigación, considerando también las categorías propuestas por E. Verón ( E. Verón. "Discurso, poder, poder del Discurso") y las diferentes lecturas desarrolladas sobre el tema en; Van Dijk (principalmente en "Texto y Contexto"), Helena Calsamiglia y otros (Manual de análisis de discurso), Alberto Aziz (El análisis del discurso – Oficio de artesano), Ruth Wodak (Métodos de análisis de Discursos) , entre otros.

Sobre la **relación discursos políticos y el contexto** en el que se desarrollan, para el presente estudio se han tomado como referentes principales de la coyuntura teórica, la relación propuesta por Manuel Castells sobre política y medios masivos, el análisis de Pierre Bourdieu *Sobre la Televisión*, la teoría crítica de la televisión expuesta por Dominique Wolton, el estudio de la relación: televisión – elecciones desarrollada por Roland Cayrol, las estrategias propuestas por Antonio Mercader en relación al marketing político y la elección de los medios de comunicación así como los aportes de Jenaro Villamil en su informe "Políticos con cerebro de televisión".

Castells, en su estudio sobre la sociedad red presenta el impacto de una serie de cambios, entre los que destaca como fundamentales las consecuencias directas de las nuevas tecnologías de la información sobre el debate político, "*... los medios electrónicos (...) se han convertido en el espacio privilegiado de la política. No es que toda la política pueda reducirse a imágenes, sonidos o manipulación simbólica, pero, sin ellos, no hay posibilidad de obtener o ejercer el poder.*"<sup>5</sup> . Esto no significa que los medios impongan sus elecciones políticas a la opinión, sino que hay un proceso de interacción de doble sentido, pero la crisis de los sistemas políticos tradicionales y la penetración de los medios en la sociedad han dejado a la política capturada en el espacio de los medios.

Castells indica que la lógica de los medios encuadra a la política. "*En las sociedades contemporáneas, la gente recibe la información y forma su opinión política esencialmente a través de los medios, sobre todo de la televisión. (...), la televisión es la fuente de noticias más creíble y su credibilidad ha aumentado con*

---

<sup>5</sup> Castells, M: La era de la información. Tomo I., Alianza, Madrid, 2000 p. 343.



*el paso del tiempo. Así pues, para actuar en las mentes y voluntades de la gente, las opciones políticas en conflicto, encarnadas en partidos y candidatos, utilizan los medios como vehículo fundamental de comunicación, influencia y persuasión.*"<sup>6</sup> Castells propone también el proceso por el cual los actores políticos al utilizar los medios para influir en la voluntad de la gente deben guiarse por las reglas de los medios, la tecnología y sus intereses.

Castells indica que el encuadre de la política a través de los medios se evidencia en el hecho de que las noticias políticas son consideradas más interesantes, en tanto se acercan a la categoría de entretenimiento, por lo que el contenido político de la noticia desciende constantemente.

El análisis de Roland Cayrol, informa que la verdadera eficacia de la televisión en política consiste en la neutralización y uniformización del discurso político. Indicando también que los discursos de la derecha y de la izquierda, pierden progresivamente toda referencia a una producción social real. *"La derecha, impulsada por la mediatización masiva de la vida política, dedica su atención a las preocupaciones sociales, mientras la izquierda racionaliza y modera sus opciones económicas"*.<sup>7</sup> El autor también informa que desde el momento en que el discurso político está destinado a difundirse a través de la televisión, debe tener en cuenta las características del discurso televisivo, y su especificidad que refiere a su condición de espectáculo. Indicando también que los candidatos en sus discursos no persiguen por objetivo manifestar sus ideas, sino *"conseguir puntos, es decir, parecer cada uno de ellos más tranquilo, inteligente, simpático y dinámico que su oponente"*<sup>8</sup>. Cayrol expone la existencia de una clara tendencia de los discursos políticos a parecerse, situación que él sostiene es una consecuencia directa de la necesidad de captar y/o recuperar electores indecisos. En su teoría crítica de la televisión, Wolton desarrolla una serie de características de la comunicación televisiva *"(...) la televisión es el principal instrumento para percibir el mundo que tiene la mayoría de la población, de este modo la televisión contribuye a dar forma y a modificar las representaciones del mundo (...) El hecho que todo el mundo vea lo mismo no significa que lo mismo sea visto por todo el*

---

<sup>6</sup> Ibidem, p. 345.

<sup>7</sup> Cayrol, Roland: La televisión y las elecciones, en Sociología de la Comunicación de masas, Vol. III Propaganda política y opinión pública, Ferrer Coll, Barcelona, 1985, p. 202.

<sup>8</sup> Cayrol, R: La televisión y las elecciones, en Sociología de la Comunicación de masas, Vol. III Propaganda política y opinión pública, Ferrer Coll, Barcelona, 1985, p.199.

*mundo*".<sup>9</sup>

El marco teórico del presente análisis se complementa con la propuesta de Bourdieu. Quien indica que la televisión posee una especie de monopolio sobre la formación de las mentes de una parte importante de la población mundial y que una importante proporción de tiempo se destina en televisión a la crónica de sucesos (información caracterizada por su vacuidad). De acuerdo a su concepción *"el acceso a la televisión tiene como contrapartida una formidable censura, una pérdida de autonomía que está ligada, entre otras cosas, a que el tema es impuesto, a que las condiciones de la comunicación son impuestas y, sobre todo, a que la limitación del tiempo impone al discurso tantas cortapisas que resulta poco probable que pueda decirse algo."*<sup>10</sup>

La conformación de la "censura invisible", consideración central en el enfoque de Bourdieu, puede definirse como; ocultar informando u ocultar mostrando o no informar informando.

Bourdieu indica que la televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes de una parte nada desdeñable de la población. Pero a través de la censura se privilegian sucesos vacíos de información, y se llena el tiempo de nada o casi nada, dejando de lado las noticias pertinentes que debería conocer el ciudadano para ejercer sus derechos democráticos. *"(...) lo cual hace que se establezca una división, en materia de información, entre quienes pueden leer los diarios llamados serios (en el supuesto de que lo sigan siendo, debido a la competencia de la televisión), tienen acceso a los periódicos internacionales, a las cadenas de radio en lengua extranjera, y quienes, en el otro extremo, no cuentan con más bagaje político, es decir; prácticamente nada (al margen de la información que proporciona el conocimiento directo de los personajes que aparecen en la pequeña pantalla, de su cara, de sus expresiones)."*<sup>11</sup> De acuerdo a su concepción la televisión puede, paradójicamente, ocultar mostrando. Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que debe hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que

---

<sup>9</sup> Wolton, D : Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión. Gedisa Editorial, Barcelona, 1992, p. 71.

<sup>10</sup> Bourdieu, P.: Sobre la Televisión. Anagrama, Barcelona.1997, P.19.

<sup>11</sup> Bourdieu, P.: Sobre la Televisión. Anagrama, Barcelona.1997, P.23.

pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad. Sobre su consideración de *“la circulación circular de la información”* Bourdieu lo ejemplifica a través de los presentadores de noticias en la televisión, (pudiendo, también ejemplificarse cambiando los actores en función de la información política de los discursos que se transmiten por televisión) y de acuerdo a su análisis *“(…) las elecciones que se llevan a cabo en la televisión son, en cierto modo, elecciones sin sujeto (...) el que los periodistas que, por lo demás, comparten muchas características comunes por su condición, así como por su procedencia y su formación, se lean mutuamente, se encuentren constantemente en unos debates en los que siempre aparecen las mismas caras, tiene unos efectos de enclaustramiento y, no hay que vacilar en decirlo, de censura tan eficaces – más eficaces, incluso, porque el principio no es tan aparente – como los de una burocracia central, de una intervención política deliberada.”*<sup>12</sup> Las estrategias detalladas por Mercader en relación a la función de los asesores de imagen en la campaña electoral, así como las estrategias de marketing sobre la fijación de objetivos y públicos objetivos y las definiciones a considerar en la elección de los medios de comunicación. Elementos que permiten indagar y describir los recursos utilizados para captar electores. Presenta un particular interés la exposición de Mercader sobre las líneas maestras de la campaña. Las campañas que se definen por la personalidad del candidato, donde *“la imagen y el arrastre personal pesan más que otros factores”*.<sup>13</sup> Resulta interesante también lo que el autor propone bajo el nombre de *“acciones correctivas”* realizadas por los técnicos / asesores entre el perfil deseable de un candidato (en función de un cierto número de cualidades deseadas y esperadas por el electorado) y la posición actual del candidato en relación a ese perfil ideal. Estas acciones correctivas pueden también promover un discurso que guiado por estas preferencias del público provoque puntos en común entre candidatos con ideologías bien opuestas.

Vale también considerar el trabajo desarrollado por Jenaro Villamil, *“Políticos con cerebro de televisión”*, (director de la *“Fraternidad de Reporteros de México”*, y coautor con Carlos Monsiváis de textos referidos al rating televisivo). En dicho

---

<sup>12</sup> Ibidem, p. 34.

<sup>13</sup> Mercader, A. : *¿Quién le teme al marketing político?* en *Marketing político en el Uruguay, La búsqueda de votos*, Eme, Montevideo, 1989, p. 27.



trabajo el autor desarrolla un análisis crítico del contenido de diferentes propuestas televisivas y asegura que los políticos “*para tener éxito mediático se han adaptado a la homogenización televisiva*”, donde “*el discurso es sustituido por spot que antes reforzaban, y no suplantaban, la propuesta programática*”.

## 4. Problema de Investigación

---

El tema central de la presente investigación refiere a analizar si determinado efecto planteado por diferentes analistas sociales sobre la relación discursos políticos y televisión puede ser probado en el caso concreto de discursos que se emitieron con motivo de las elecciones internas de partidos políticos en vísperas de las elecciones presidenciales 2004.

El efecto que se pretende probar a través del presente análisis considera que la televisión imprime en política una lógica de neutralización y uniformización del discurso. Con la consecuencia, tal como se introducía en el marco teórico, que los discursos de las diferentes posturas ideológicas, pierdan progresivamente toda referencia a una producción social real y tiendan a ser **homogéneos**.

Partiendo de la premisa que proclama que el entorno televisivo provoca que el discurso sea cada vez más el medio, provocando la eliminación de contenidos cuyo antagonismo sea excesivamente profundo.

Por lo tanto se presenta el análisis de discursos que se realizaron en programas periodísticos en canales de aire con el objetivo de afianzar o refutar la proposición; desde el momento en que el discurso político está destinado a difundirse a través de la televisión, debe tener en cuenta las características del discurso televisivo, lo que afecta los contenidos de los mismos tornándolos homogéneos entre sí, para ser homogéneos respecto al medio.

### 4.1 Pertinencia de la investigación

La presente investigación se estima pertinente en función de que su estudio se desarrolló en el propio período electoral (momento inmejorable para este análisis). La investigación propuesta pretende exponer a través del análisis realizado; que el medio a través del cual la mayor parte de la población se informa imprime un determinado formato a los discursos político, provocando la



homogenización de los mismos.

La investigación permitió también acercarse a otros elementos de análisis que si bien no fueron el centro sobre el cual se enfocó la misma vale considerarlos ya que aportaron al tema propuesto, como considerar; que la adecuación de los discursos al medio provocó el progresivo vaciamiento del contenido del discurso y una revalorización de otras cuestiones. Este vaciamiento de contenidos se ha dado en los diferentes sectores políticos lo que puede también considerarse como un elemento que provoca un grado determinado de homogenización de los mismos.

En relación a la pertinencia de la investigación es muy relevante considerar que con las categorías de análisis y modelos utilizados por distintos autores se desarrolló un procedimiento de análisis propio que da cuenta de algunos de los aspectos fundamentales del discurso político. Entendiendo que puede ser útil para los analistas políticos e interesados en el área, disponer de procedimientos que le permitan analizar tanto lo “superficial” como lo que se encuentra “bajo la superficie del discurso”, es decir, tanto la información explícita como la implícita.

## **4.2 Definiciones básicas**

Para el desarrollo y comprensión de la presente investigación se establecieron ciertos criterios que implican una toma de posición, seguramente discutible y argumentable pero imprescindible, dado que se trata de definiciones que resultan cruciales por constituir puntos de partida básicos, cimientos sobre los que se asentó el análisis.

A continuación se explicitan las definiciones elegidas respecto de los siguientes conceptos; discurso político, televisión, electores, campaña política electoral, sistema electoral nacional y elecciones internas.

El término **discurso político** será utilizado en alusión a toda manifestación, mensaje o expresión dirigida de modo intencional a una audiencia, con la finalidad de influirla, persuadirla o convencerla de adoptar la posición que la fuente de la que parte la comunicación sostiene con referencia a algún tema público y / o político. En particular el concepto de discurso político de “campaña” lo definimos como aquella clase de discurso político utilizado para influir sobre los votantes con la intención de favorecer a un candidato, partido u opción política en los resultados del proceso electoral.

Se considera a la **televisión** como el principal instrumento para percibir el mundo

que tiene la mayoría de la población, de este modo la televisión contribuye a dar forma y a modificar las representaciones del mundo.

Sobre los **tipos de electores**; si bien el presente estudio no tiene por objetivo investigar la respuesta del electorado, ni la influencia del discurso televisivo en la decisión electoral, es válido tener en cuenta la existencia de diferentes públicos objetivo ya que los porcentajes de cada segmento influyen en la adecuación de los discursos así como en la temática elegida. En particular para el presente estudio se describieron los tipos de electores en forma específica, agrupándolos de acuerdo a su relación con el mensaje del discurso en; predestinatarios, contradestinatarios y paradestinatarios (desarrollo en el cap. 7.4).

A nivel teórico general se distingue entre; público natural, líderes de opinión, indecisos, y electores críticos, cuyas características se mencionan a continuación

- Público natural; es el más obvio y simple de alcanzar para cada candidato. Este público no se encuentra particularmente influenciado por los medios de comunicación.

- Líderes de opinión; las comprobaciones de Katz y Lazarsfeld en los años cuarenta, todo un clásico en comunicación política, descubrieron la significación de los líderes de opinión. En la llamada teoría del "flujo de la comunicación en dos escalones", el primer escalón lo constituyen estos líderes, mejor informados que el resto de la población, comunican a la gente y en cierta medida guían sus conductas electorales. En Uruguay estos líderes son detectables y generalmente en materia comercial, se los ubica en la franja costera.

- Los indecisos (Marais); desde el punto de vista sociodemográfico son los más jóvenes y los más viejos, fundamentalmente mujeres, mayoritariamente de escasos ingresos y de bajo nivel de instrucción y del Interior más que de Montevideo. Representando, de acuerdo a las encuestas realizadas en el curso de 1999, un 18 % del electorado Uruguayo. Estos electores presentan una característica común y es la de ser electores "moderados" y son considerados como una pieza muy codiciada en la cacería electoral. En Francia se los llama el "marais" y su rasgo crucial es la falta de interés en la política, así como el ser más sensibles a la influencia de una campaña electoral. El "marais" está constituido por los electores flotantes, aquellos que cambian con facilidad de candidato y de partido. Los mismos no tienen interés por la política, están desinformados o poco

informados, desprovistos de ideología, sin opinión política o con opiniones muy poco estructuradas.

- Los electores críticos; son aquellos que si se vuelcan hacia uno u otro candidato, decidirán el resultado. Cada propuesta tendrá su electorado crítico. En este importante sector del electorado la influencia de los medios de comunicación es decisiva, como queda demostrado en el siguiente ejemplo; *“en las internas del Partido Colorado fue claro que Jorge Batlle divisó en las mujeres a uno de los sectores críticos y a ellas, así como a los jóvenes, destinó una generosa porción de sus mensajes. En ese caso la identificación de esos electores críticos fue correcta habida cuenta del desinterés expuesto por Enrique Tarigo en ambos segmentos electorales. Con relación al voto femenino su suerte estaba jugada desde el arranque televisivo de su campaña: una mesa en herradura con una veintena de líderes políticos sentados y unas jovencitas de pie, atendiendo en actitud servicial a los dirigentes. Una pieza televisiva más antifeminista era imposible concebir; Batlle aprovechó bien el flanco dejado por Tarigo. Respecto a los jóvenes, el discurso más continuista y cerrado de Tarigo hacía difícil la adhesión del segmento juvenil; Batlle cargó las tintas sobre el punto “prefiero que se vaya el oro antes que un muchacho más nos deje”<sup>14</sup>*

La noción de **campaña política electoral** será entendida a partir de dos de sus dimensiones. Por una parte, por su carácter de proceso estratégico de planificar y ejecutar actividades con la intención de ganar votos y por otra, por su valor como institución discursiva y foro de deliberación pública.

Se torna necesario aclarar que, definir y medir la sustancia de una campaña no es una tarea que pueda realizarse mediante un análisis aislado de contenido sustantivo de cada mensaje. En otras palabras, no se trata de analizar cada discurso por separado sino los discursos unos en relación con los otros, considerando el conjunto de la campaña por las internas de los tres principales partidos políticos uruguayos.

Sobre el actual **sistema electoral** es importante destacar que el mismo es el producto de una reforma constitucional cuyo proyecto fue plebiscitado el 8 de diciembre de 1996. Tras una intensa y dura campaña, el proyecto de reforma obtuvo una ajustada mayoría. Lo trascendente de esta reforma, como señala

---

<sup>14</sup> Mercader, A. : ¿Quién le teme al marketing político? en Marketing político en el Uruguay, La búsqueda de votos, Eme, Montevideo, 1989, p. 26.



Bottinelli, es que presenta a partir de la restauración institucional un elemento singular: por primera vez todas las iniciativas ponen en cuestionamiento las bases mismas del sistema electoral, las cuales permanecen constantes desde su establecimiento en el periodo 1910 – 1925. La reforma se generó a partir de una percepción por parte de los actores políticos de la existencia de bloqueos y la necesidad de superarlos, sumada a una insatisfacción bastante generalizada sobre el Sistema Electoral. Los objetivos proclamados para llevarla adelante fueron: mayor transparencia y credibilidad del sistema electoral; mayor libertad del elector; evitar la distorsión de la voluntad del elector producto del Doble Voto Simultáneo y de la acumulación por sublemas, el efecto “arrastre” de la elección presidencial sobre las elecciones departamentales. Se mencionó asimismo la necesidad de evitar los resultados azarosos que supone el hecho de que la elección presidencial se dirima por mayoría simple, en 1994 entre el primero y el tercero hubo solo una diferencia de 1.7 % de los votos, el partido ganador fue apoyado por menos de un tercio del electorado.

Si bien para importantes juristas no podemos hablar de una nueva Carta Política, desde el punto de vista politológico dadas las modificaciones al régimen electoral y su impacto sobre el sistema de partidos y el comportamiento electoral, estamos en presencia de la reforma más importante desde la de 1918.

En la citada reforma se modificaron 27 de los 332 artículos de la Constitución de 1967. Los cambios más significativos que atañen al sistema electoral y lo redefinen establecen; a) elección de candidatos presidenciales el último domingo de abril del año electoral, simultáneas en todos los partidos, a padrón abierto y sin voto obligatorio, b) eliminación del doble voto simultáneo en elección presidencial, c) balotaje: si ningún candidato supera el 50% de los votos válidos en la elección del último domingo de octubre – donde también se eligen los legisladores nacionales – habrá una segunda vuelta entre los dos más votados, al mes siguiente, el último domingo de noviembre, d) eliminación de la distinción entre lemas permanentes y lemas accidentales, e) separación de la elección para cargos nacionales y departamentales.

En relación a las **elecciones internas**, de acuerdo a la Ley 17.063; se aplicarán, en lo pertinente, todas las disposiciones que rigen las elecciones nacionales.



## 5. Hipótesis

---

Si los discursos políticos de candidatos de diferentes partidos políticos y posturas ideológicas se configuran como discursos que se adecuan al medio en el que se desarrollan (televisión), que le imprime sus características propias, entonces los mismos tenderán a ser homogéneos.

## 6. Objetivo

---

Desarrollar, a través del análisis de discurso, un estudio que permita comparar discursos políticos de candidatos a las internas que se transmitan por televisión con el propósito de detectar la tendencia a la homogenización de los discursos.

## 7. Abordaje metodológico

---

El abordaje de la investigación y la puesta a prueba de la hipótesis, incluyen necesariamente la exploración empírica como medio de soporte y justificación de las reflexiones teóricas planteadas. Si la apoyatura teórica la constituye la serie de autores citados en el marco teórico, la apoyatura fáctica requirió el **análisis de discursos políticos** transmitidos por televisión con motivo de las elecciones internas con vistas a las elecciones presidenciales 2004.

El planteo metodológico en que se sustenta el presente trabajo se circunscribe al ámbito del análisis del discurso entendiendo éste como *“el estudio de la relación entre el lenguaje y los contextos en que se usa”*.<sup>15</sup> En otras palabras es el análisis del lenguaje en uso. Lo que nos remite a la concepción de texto en situación como *“el resultado verbal de una interacción que tiene un propósito, que se ubica en el tiempo y en el espacio que tiene una estructura y un significado para los participantes y que produce un efecto”*<sup>16</sup>. El desarrollo de la investigación se realizó de acuerdo a los siguientes criterios operativos: definición de la muestra,

---

<sup>15</sup> Brown, G. y Yule, G.: *Análisis de Discurso*. Cambridge University Press, 1983, p. 9.

<sup>16</sup> Bolívar, A.: *Textos y discursos en el encuentro de dos mundos*, Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de “El Español de América”, Santiago, Chile, 1992.

determinación de las técnicas de recolección y análisis, definición de dimensiones y categorías y elaboración de un procedimiento de análisis.

### **7.1 Muestra**

Los textos analizados corresponden a la desgrabación de entrevistas realizadas a los candidatos; Lacalle, Larrañaga, Stirling y Vázquez en programas periodísticos o similares transmitidos por televisión abierta en los meses de mayo y junio de 2004. La selección de los 4 candidatos se fundamenta en que los mismos contaron con el mayor porcentaje de adhesión del electorado, de acuerdo a las encuestas de intención de voto, presentadas por Factum y Radar en mayo de 2004. La muestra está constituida por 12 entrevistas desgrabadas del mismo número de programas periodísticos emitidos durante los meses de mayo - junio de 2004, periodo previo a las elecciones internas de los partidos políticos con miras a las elecciones presidenciales. Se desgrabaron también 9 entrevistas a otros candidatos y políticos en general como forma de complementar la información.

Tradicionalmente, en investigación social, se recurre a la selección de una muestra aleatoria cuya dimensión es determinada matemáticamente. En el análisis de discursos este procedimiento es tan excepcional como las situaciones en las cuales se puede creer fundadamente que el colectivo es homogéneo desde el punto de vista semántico, ya que una muestra aleatoria podría pasar por alto los casos más relevantes. Al contrario de lo que se recomienda para las muestras probabilísticas, para el análisis de discursos generalmente se elige un subconjunto de la población en el que están presentes las características que se pretende estudiar.

En función de lo anterior se consideró al inicio de la investigación el criterio discrecional en el entendido de que los discursos que se elegirían serían aquellos que pudieran aportar a los objetivos de la investigación, apoyado en el criterio de significatividad. Con el avance de la investigación se definió trabajar con todo el universo de entrevistas (discursos) que se presentaron en el período en programas periodísticos y similares, por ser un número importante pero no imposible de abarcar y que permitió desarrollar el análisis considerando todas las categorías del mismo.

Los programas periodísticos que se emitieron en el período indicado fueron; "La Sed y el Agua" (conductora: Raquel Darruech), "Hoy por hoy" (conductora: Sonia

Brescia), "El próximo presidente" (conductor: Gerardo Sotelo), "De igual a igual" (conductor: Omar Gutiérrez) y "Puglia invita" (conductor: Sergio Puglia).

## **7.2 Técnicas de recolección**

La recolección de información es considerada una etapa muy importante del trabajo empírico ya que da los elementos de base para la verificación de las hipótesis. De allí se desprende la necesidad de seleccionar y aplicar una técnica de recolección que resulte pertinente y que se ajuste al objeto de investigación.

Para el presente estudio se utilizaron dos técnicas; la observación no interactiva y la fuente documental. La primera permitió de acuerdo al abordaje de Cea D'Ancona contar con elementos de observación crítica a la hora de "mirar" los discursos que se grabaron. Esta técnica no presenta mayor especificación que la que ser una guía que permitió realizar una observación desde la perspectiva científica. En relación a la fuente documental, la misma puede definirse como la herramienta que permite recolectar datos de distintos tipos de signos y en diferentes medios; prensa, documentos personales, radio, televisión, etc. De acuerdo al abordaje de Valles, la consideración de la "fuente documental" en sentido amplio, se considera para el estudio de datos (secundarios) que se extraigan de investigaciones anteriores, de artículos y/o bibliografía relativa al objeto de estudio así como también funciona como una herramienta que permite extraer datos de documentos generados para una investigación específica.

En la investigación objeto del presente la fuente documental de referencia provino de los documentos producidos a partir de la desgrabación de los discursos políticos. De estos documentos y a través del análisis de discurso desarrollado se extrajo la información factual que sirvió para apoyar empíricamente la argumentación desarrollada en el planteo del problema de investigación, así como la verificación de la hipótesis. En relación a la justificación de la selección de las técnicas de recolección mencionadas, la misma nos remite directamente al objeto de estudio ya que la fuente documental resulta un instrumento confiable y válido para el análisis desarrollado. Diferentes autores coinciden en considerar a la fuente documental como el instrumento idóneo para el análisis de discursos.

## **7.3 Técnica de Análisis**

La técnica de análisis considerada para la presente investigación es el **Análisis de Discurso**. El mismo se circunscribe dentro del método general de **Análisis de**



**Contenido**, con determinadas particularidades y especificidades que se expondrán a continuación. Partiendo de lo general; el análisis de contenido se configura como un tipo de medición aplicado a un mensaje. Lo interesante de este tipo de análisis es que pone en evidencia aquello que en una primera lectura no se dilucida; esto es, el análisis de contenido busca explotar los datos informativos que entrega el mensaje: mide cuantitativamente cuáles son los contenidos que la información tiene, cuáles son los contenidos que más absorbe el receptor o el que esté con mayor vigencia en la sociedad, para luego establecer un estudio respecto del porqué aparece ese contenido y no otro. En función de los aportes que sobre el tema ha desarrollado Krippendorff, *"el análisis de contenido es el conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos"*<sup>17</sup>. El autor, lo define como *"el análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto"*<sup>18</sup>. El análisis de contenido es uno de los métodos para el estudio de la comunicación humana utilizado tradicionalmente para decodificar los mensajes manifiestos, latentes y ocultos plasmados en diferentes documentos. Como técnica científica, asume a modo de premisa que los mensajes reflejan tanto las actitudes como las creencias de las personas e instituciones que los producen, ello porque la expresión de los procesos mentales de codificación y decodificación de información corresponde al mensaje del emisor. Las características de esta técnica o método son; en primer término, funciona dentro de un esquema general de investigación y no independiente del mismo, por lo que su calidad dependerá del marco en el cual es insertada y de la creatividad, originalidad y conocimiento del investigador que la utilice; su objetivo radica en ofrecer resultados válidos y fiables, lo que dependerá de una serie de variables que van desde la calidad del instrumento que se diseñe y construya, hasta el proceso de codificación; además, el análisis de contenido puede ser aplicado a distintos tipos de signos y en diferentes tipos de medios de comunicación.

---

<sup>17</sup> Krippendorff, K : Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica. Barcelona. Paidós Ibérica, S.A, 1990, p. 27

<sup>18</sup> Ibidem, p. 28.



En particular el **análisis de discurso** refiere al estudio de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del usos lingüístico contextualizado. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto. Por lo que el análisis de discurso es un instrumento que permite entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social en las que el uso de la palabra –oral y escrita – forma parte de las actividades que en ellas se desarrollan. Y específicamente el **análisis de discursos políticos** implica una práctica de investigación que permite desvelar los usos que desde posiciones de poder, se llevan a cabo y que se plasman en los discursos.

El desarrollo de esta técnica de análisis implicó un exhaustivo relevamiento de los discursos teniendo en cuenta los componentes y funciones más significativos del discurso político, reformulando y precisando algunas categorías propuestas por los autores que trataron el tema.

#### **7.4 Dimensiones y categorías de análisis**

El discurso político de campaña está dirigido a todos los ciudadanos en general y en particular al sector político – partidario de afinidad con el propósito de persuadir acerca de las bondades de su propuesta. El discurso político a diferencia de cualquier otro se constituye como un discurso de “refuerzo” respecto de los sectores que ya están definidos a favor del enunciador, es decir aquellos con quienes comparte la creencia (partidarios – prodestinatarios), de “polémica” respecto del adversario, aquel con quien se mantiene un lazo de inversión de la creencia (adversarios – contradestinatarios) y de “persuasión” en lo que concierne a los sectores identificados habitualmente como indecisos, a ellos va destinado todo lo que corresponde al orden de la persuasión, especialmente la promesa; y es el sector del cual el candidato reclama el apoyo o el aval ( indecisos – paradestinatarios). A diferencia de, por ejemplo, el discurso de publicidad que es enteramente del orden de la seducción – persuasión, el discurso político tiene diferentes funciones y diferentes públicos a los que llegar, por lo que el enunciador (candidato) debe utilizar en la discursividad política determinadas fórmulas de

comunicación que le hagan posible cubrir las funciones citadas para llegar de esta forma a los diferentes públicos.

En función de las particularidades del discurso político tanto en relación a los diferentes públicos como en lo relativo a las funciones del discurso, para desarrollar el análisis se torna necesario considerar dos de sus **dimensiones**; el **contenido** y la **forma**.

El contenido a partir de lo se dice implícita y explícitamente (**tratamiento de los temas, presuposiciones, implicancias**), y la forma a partir de lo que se hace con las palabras y cómo se hace (**estrategias discursivas**).

El análisis de cada una de estas categorías nos permite visualizar qué características asume el discurso político de los diferentes candidatos.

El análisis de discursos desde una perspectiva comparativa, como es la de la presente investigación, implicó determinar cuales eran los principales temas tratados por los candidatos en los diferentes discursos.

El **tratamiento de los temas**, refiere a la forma en que cada candidato presenta o define el tema en forma explícita. Lo que dice explícitamente del tema.

Las **presuposiciones** refieren a lo que el candidato considera que el público conoce del tema en cuestión. Las presuposiciones son formalmente definidas como las proposiciones que se dan a entender por una proposición y su negación.

En una perspectiva más cognitiva, las presuposiciones son las proposiciones que tienen que ser conocidas por el receptor para comprender una proposición, pero que no son afirmadas explícitamente en el discurso. En otras palabras, una presuposición es una proposición que parte de un modelo mental del candidato pero no de la representación semántica expresada en el discurso.

Las **implicancias (o implicaturas)** apelan a la capacidad inferencial del público receptor del mensaje al proceder a la interpretación de dicho mensaje relativo al tema que se trate (el público va a interpretar el tema con el mismo sentido que el emisor) . El discurso solamente expresa un porcentaje del significado que es la interpretación de un discurso. Pueden deducirse muchas proposiciones a partir de las proposiciones expresadas en el discurso, estas son las implicancias del discurso.

Las **estrategias discursivas** están estrechamente relacionadas a la producción de los enunciados por parte de los candidatos. Por estrategias discursivas se consideran los diferentes medios que usan los enunciadorees para producir y

reproducir el habla. Específicamente, para el presente trabajo se tendrán en cuenta las estrategias discursivas semánticas que permiten establecer el significado del discurso. Las estrategias semánticas que se analizarán son las globales, es decir; aquellas que establecen los significados de fragmentos del discurso o del discurso como un todo y permiten hacer inferencias sobre la base del contexto específico. Las estrategias discursivas semánticas funcionan como un vehículo de la expresión de los temas y de los modelos cognitivos de situación. Las estrategias discursivas en el presente análisis se consideran en función de los diferentes componentes del discurso político.

Los **componentes** del discurso político señalados por Verón permiten clasificar la información obtenida en términos de modalidad del **saber** (componentes descriptivos y didácticos), del **deber** (componentes prescriptivos) y del **hacer** (componentes programáticos). Los componentes determinan las modalidades por medio de las cuales el emisor construye su red de relaciones con las entidades del imaginario político (receptores del discurso).

El componente descriptivo se caracteriza por la constatación y/o evaluación de una situación. Sus segmentos textuales exhiben, formalmente, un predominio de los verbos en presente indicativo y referencias temporales simultáneas al pasado y al presente. Ejem: Larrañaga "creo que el problema de la agudización de los nuevos rostros de la pobreza se van manifestando entre otras causas por la fenomenal crisis del año 2002 cuyos coletazos se están sintiendo ahora".

En el componente didáctico el emisor "enuncia un principio general; no describe una coyuntura específica, sino que formula una verdad universal" (Verón, p. 21). Ejem: Lacalle "ese es el gran legado de Aparicio Saravia este año programas mediante sería interesante hacer una serie sobre Aparicio, a los 100 años de su muerte, en el mes de septiembre". Rigen las mismas características formales del componente descriptivo.

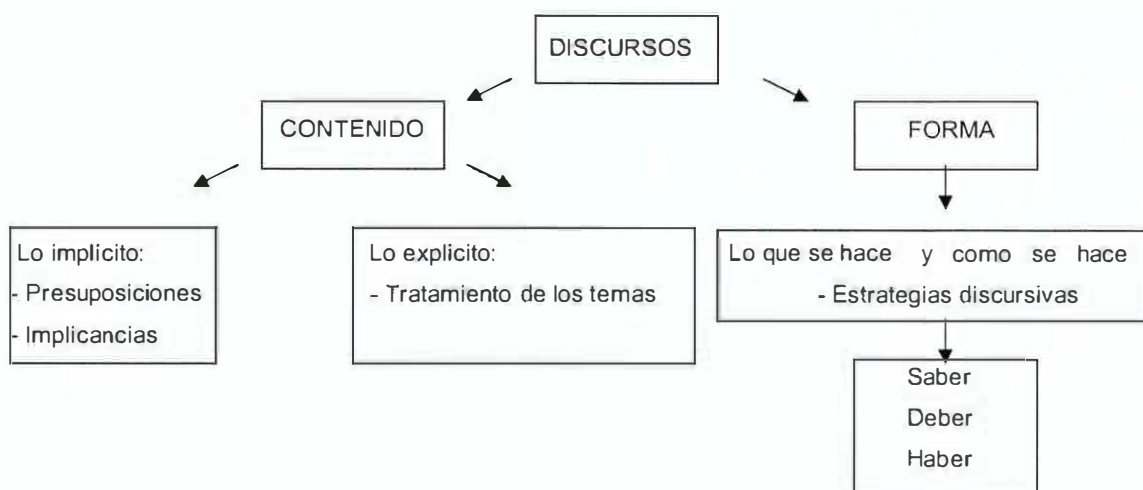
Con el componente programático se promete, anuncia y compromete. Formalmente, predominan en sus segmentos textuales las formas verbales en infinitivo y en futuro, pudiendo el infinitivo ser reemplazado por nominalizaciones. También se hace referencia temporal a acciones emprendidas en el pasado y en el presente. Ejem: Stirling "tenemos que actuar con otro tipo de responsabilidad en el sentido de que analizar en forma global cual es nuestro sistema tributario, analizado en forma global ver de que forma podemos ir unificando de manera tal

que amplíemos la masa contribuyente para que paguen muchos más pero que paguen mucho menos “.

Una vez analizadas las estrategias en función de los componentes del discurso vale también presentar algunos otros componentes que forman parte de las estrategias discursivas como ser; el uso de figuras retóricas tales como la “personificación” así como la enunciación de verdades genéricas, que si bien no hacen a la sustancia del análisis, ni se presentan en la estructura, ni flujograma del mismo, aportan más elementos de comparación.

### Estructura de Dimensiones y Categorías

Como forma de visualizar la manera en que se desarrollo el análisis se establece la siguiente estructura;





## 7.5 Procedimiento de análisis

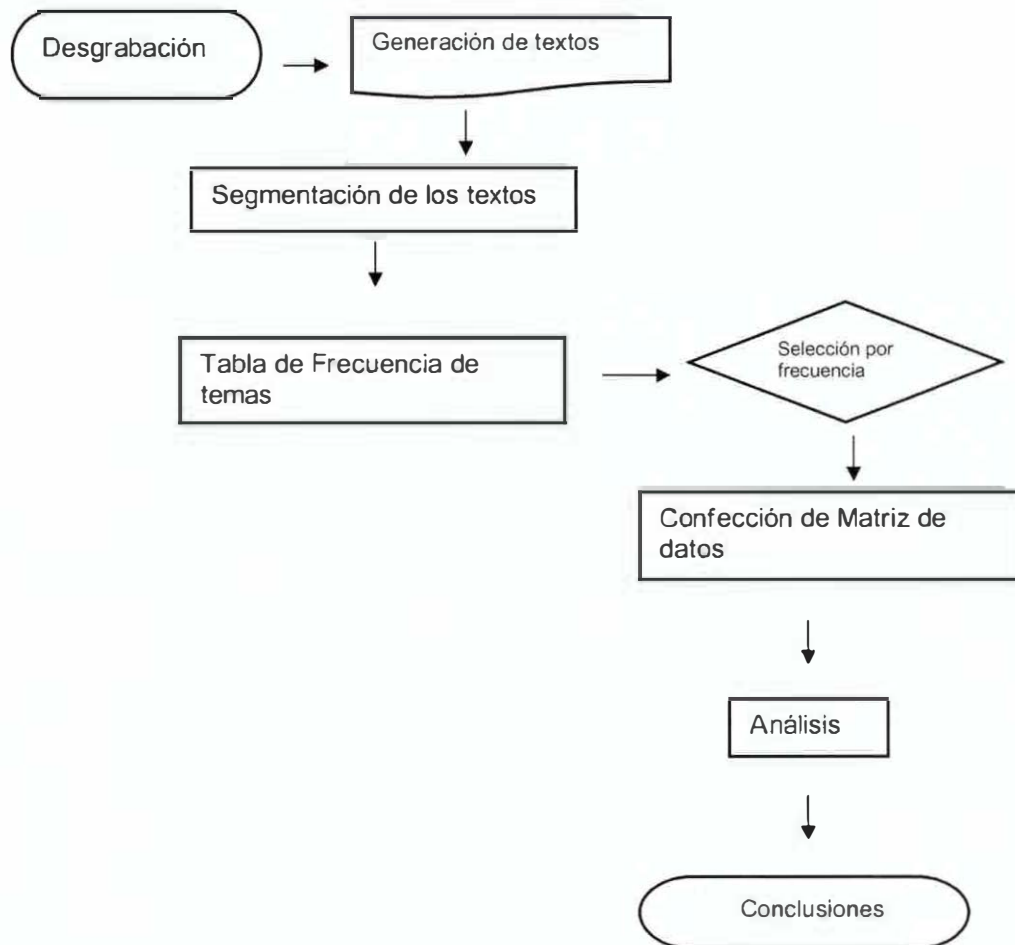
El desarrollo del análisis implicó el siguiente procedimiento;

- 1) El primer paso está constituido por la desgrabación de los diferentes discursos considerados, transformándolos en textos.
- 2) Los textos fueron segmentados, por tratarse de un diálogo entre dos interlocutores (periodista – candidato), considerando sólo el componente discursivo del candidato, como forma de transformar la entrevista en un solo corpus (discurso) .
- 3) Se determinaron cuales eran los temas principales (temas) tratados por los diferentes candidatos en los discursos. Es decir que temas eran mencionados por los enunciadores (candidatos) en forma recurrente.
- 4) Para determinar los temas se construyó una tabla de frecuencia simple con los diferentes temas tratados por los candidatos y los números de menciones y alusiones a los mismos. Comprobando que los temas que presentaron mayor frecuencia de reiteración en los discursos de los cuatro candidatos fueron; Pobreza, Trabajo, Salud y Jubilaciones.
- 5) La información que corresponde a cada uno de estos temas, en función de las categorías mencionadas (tratamiento del tema, presuposiciones e implicancias y estrategias discursivas) se incluyeron en una matriz de recolección de datos para su posterior procesamiento.
- 6) En particular, la categoría “estrategias discursivas” fue procesada posteriormente en otra tabla para determinar las modalidades correspondientes (hacer, saber y deber) por ser la que permite un detalle mayor en un análisis comparativo como el de la presente investigación.
- 7) El análisis y las conclusiones fueron extraídas mediante el análisis cruzado de las diferentes tablas como forma de poder afirmar o refutar la hipótesis.

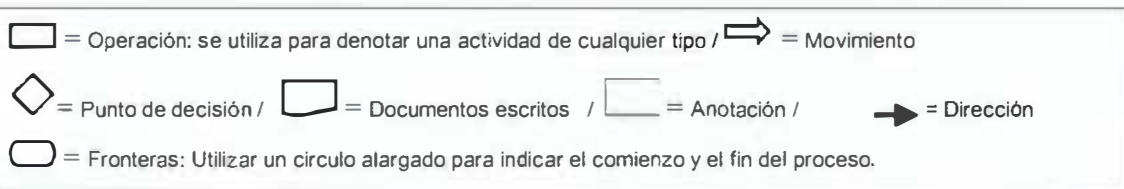
Es importante destacar que si bien el procedimiento menciona la conformación de tablas que permitieron la cuantificación de algunos datos, lo fundamental lo constituye el análisis cualitativo de la información obtenida.

Los contenidos de los temas de las entrevistas fueron traspasados a las matrices tal como aparecen en las entrevistas.

## Flujograma del Proceso de Análisis



## Significado de la simbología del Flujograma



## 8. Resultados de la investigación

### 8.1 Presentación, análisis e interpretación de los datos

En esta sección se presentan, analizan e interpretan los datos obtenidos para cada categoría de análisis. A continuación presentamos una parte de la matriz de recolección de datos de un segmento de la información extraída y un cuadro resumen de las estrategias discursivas de los cuatro candidatos.

La matriz completa de recolección de datos se confeccionó con dieciseis tablas en función de los cuatro temas y de los cuatro candidatos. A modo de ejemplo se presenta una parte de la misma. (del tema "Pobreza" del candidato Jorge Larrañaga", las otras tablas se presentan en Anexo 3).

#### Matriz de Datos - Cuadro 1

Tema: Pobreza

Candidato: Jorge Larrañaga

Tratamiento del tema	Presuposiciones	Implicancias	Estrategias discursivas
Pobreza como; problema, como proceso creciente. Tratado como problema agudizado por la "fenomenal crisis del año 2002, cuyos coletazos se están sintiendo ahora, en esos números que indican que hay más de 800.000 uruguayos por debajo de la línea de la pobreza" Solución de la pobreza; "nosotros queremos transformar esta realidad a través del combate productivo contra la pobreza" - "El combate contra la pobreza es el trabajo"	Presupone; conocimiento de la población sobre el tema, "que no es nuevo, pero es lamentable". Presupone que la población está cansada de no obtener solución a este tema; "la gente está cansada de tanta discusión por la televisión, de tanto lo a través de la prensa y en definitiva hay más pobreza, hay infantilización de la pobreza y entonces seguimos acumulando problemas".	Implicancias: al tratar la solución al tema pobreza considera lo que la misma implica, " Cuando hablo de políticas activas, estoy hablando de un estado que no se declara prescindente del desarrollo económico para que haya desarrollo humano y social. Lo que ha faltado en Uruguay, lo digo asumiendo la cuota parte que me corresponde". Reafirma lo que sus enunciados implican " yo me quedo con lo primer me parece que el combate contra la pobreza es el trabajo y esto es donde debemos poner el enorme esfuerzo en las políticas sectoriales".	Apela a: "yo creo que el país tiene que concentrar todas sus energías, absolutamente todas sus energías en políticas activas para generar un desarrollo que aumente las fuentes de trabajo" Deber + Hacer; componente prescriptivo y programático.



## Tabla resumen de las estrategias discursivas

Larrañaga	Lacalle	Stirling	Vasquez
El "saber" se explicita en 18 oportunidades.	El "saber" se explicita en 22 oportunidades.	El "saber" se explicita en 15 oportunidades.	El "saber" se explicita en 16 oportunidades.
El "hacer" se explicita en 24 oportunidades.	El "hacer" se explicita en 20 oportunidades.	El "hacer" se explicita en 21 oportunidades.	El "hacer" se explicita en 26 oportunidades.
El "deber" se explicita en 9 oportunidades.	El "deber" se explicita en 11 oportunidades.	El "deber" se explicita en 12 oportunidades.	El "deber" se explicita en 8 oportunidades.

### 8.1.1. Tratamiento de los temas

Respecto al tratamiento de los temas, a continuación se expondrá el análisis comparado, considerando en primer término y a nivel descriptivo el tratamiento que cada candidato realizó de cada uno de los temas.

Sobre el tema **pobreza**, a nivel cuantitativo; es mencionado por J. Larrañaga en 7 oportunidades, por L. A. Lacalle en 4, por G. Stirling en 6 y por T. Vázquez en 3 oportunidades.

En relación al tratamiento del tema el mismo es abordado de la siguiente forma por los diferentes candidatos;

J. Larrañaga lo presenta como un problema, como uno más de los problemas de la población. Enfatiza en la agudización de lo que llama "*los nuevos rostros de la pobreza*", producidos a consecuencia de la crisis del año 2002. Centra el tema en los sectores que son más vulnerables al "*problema*"; "*niños pobres y adultos mayores de 65 años pobres es realmente muy importante, es un relación de 9 a 1, lo cual también está hablando de un proceso creciente de infantilización de la pobreza*". También considera como factor de agudización de la pobreza, al "*problema estructural de migración del interior hacia las capitales departamentales primero y hacia el sur del país, en buena manera hoy terminan siendo responsables de los nuevos rostros de la pobreza en crecimiento, en una*

*incidencia de miles de compatriotas que está por debajo de la línea de pobreza que ha crecido”.*

*La solución al “problema” es “nosotros queremos transformar esta realidad a través del combate productivo contra la pobreza (...) el combate contra la pobreza es el trabajo y esto es donde debemos poner el enorme esfuerzo”.*

*L. A. Lacalle presenta la pobreza como un producto de “esos círculos viciosos, círculos defectuosos de la pobreza que se auto alimentan y creo que es un llamado de atención”. Se centra en el incremento reciente de la pobreza, marcando la diferencia con el período en el que él gobierno “una cosa hay que decir, porque la izquierda insiste en comparar el gobierno del partido nacional con el del Dr. Batlle, es que durante el gobierno del partido nacional la pobreza se redujo a la mitad, medida por las Naciones Unidas”*

*Respecto de la solución o el tratamiento de la pobreza plantea dos caminos; lo que llama “remedios inmediatos”; “yo creo que lo que tenemos que ver es cuales son los remedios inmediatos, uno de ellos lo estamos reclamando hace un tiempo es la mejora de los salarios rurales (...). Entonces ahí están las responsabilidades de cada uno, el que es patrón que trate de ser mejor patrón, ahora que las cosas valen, ahora que las cosas del campo dan una mayor ganancia, primero eso, lo otro es acentuar la red de sustentación social que el país ha edificado, que es el Instituto de Alimentación, los merenderos y la alimentación escolar (...) Por supuesto que las medidas de fondo son la de una modificación de las posibilidades de trabajo”.*

*G. Stirling presenta a la pobreza como un “tema importante que hoy tiene el país”, como producto de la crisis, “ el costo social que ha tenido que pagar el Uruguay con su crisis ha sido muy grande; porque mucha gente se empobreció, mucha gente ha pasado al círculo de los excluidos y eso que quizás es lo que se debe tomar como punto de referencia a que la sociedad como la muestra que es una sociedad muy solidaria no puede permitir que las tasas de pobreza y las de exclusión social se mantengan en los términos que están.” Plantea como solución el trabajo, “empleo es lo que nos reclama la gente, es decir desde el norte al sur, desde el este al oeste, donde vayamos, empleo, empleo, empleo”.*

*T. Vázquez, identifica a la pobreza como emergencia social, “lo primero que tiene que atender el gobierno es la emergencia social, 56.5 % niños viviendo bajo la línea de la pobreza”. Atiende a la agudización de la situación en los últimos años,*

*“una emergencia social que se ha ido agravando en estos últimos cinco años y situación social grave que es consecuencia de las políticas que el gobierno de coalición blanca y colorada ha llevado adelante”.* Avanza en el tema indicando que su generación es consecuencia de la forma de repartir la riqueza, *“esta es la región del mundo que reparte peor la riqueza. La riqueza enorme que generan nuestros países se concentra en manos de unos pocos y la pobreza se va extendiendo en la población”.* Establece una relación directa entre pobreza y desempleo, proponiendo al trabajo como la principal opción de salida, *“En el año 2000 había 39.000 indigentes en el país. En el año 2003 hay 76.000. En el año 2000 había 478000 pobres en el país. En el año 2003, gobierno blanco y colorado mediante, hay 850.000 pobres en el país. Y si miramos la tasa de desempleo, en el año 2000 había un 11.3% y ahora hay un 17%”.*

En relación al tratamiento del tema **trabajo**, a nivel cuantitativo; es mencionado por J. Larrañaga en 10 oportunidades, por L. A. Lacalle en 7, por G. Stirling en 5 y por T. Vázquez en 11 oportunidades.

J. Larrañaga enfatiza en la necesidad de “generar” trabajo. *“Nosotros creemos en políticas activas preferenciales en lo que significa el estímulo al desarrollo productivo, al sector industrial, a los servicios, a todo lo que pueda generar trabajo”.* Relaciona directamente la falta de trabajo con *“los problemas de la población.”* La generación de trabajo iría de la mano de políticas tributarias; *“nos parece prioritario manejar herramientas tributarias y tarifarias que constituyen estímulos para los sectores vinculados a la producción nacional, a la industria como manera de generar puestos de trabajo que el país está reclamando. Si no hacemos una fuerte apuesta al crecimiento económico, el Uruguay ni los políticos podremos llegar a prometer más salarios ni más puestos de trabajo.”*

L. A. Lacalle, presenta al trabajo como la *“medida de fondo”* para solucionar problemas. Considera que la única forma de generar trabajo es a través de la inversión y de la actividad privada, *“yo creo que no hay otro camino que la inversión. Creo que la única manera que genere empleo es la actividad privada y le pongo un ejemplo; fijese en la ley de puertos de gobierno del partido nacional permitió que se desarrollara la logística (...) que está dando mucho trabajo en este momento”*

G. Stirling, asocia la generación de trabajo con la inversión, *“sin duda que una política creo que se va a tener que acentuar a partir del incremento de la*



*actividad económica en la inversión. La inversión es el factor más importante que tiene el país por delante, para generar mayor actividad económica, generar empleos. El único cambio conducido es el del empleo genuino, de trabajo, la creación de trabajo. Lo que tenemos que crear son elementos consistentes que apunten a generar trabajo”.*

T. Vázquez, lo ubica como el segundo gran tema que el futuro gobierno deberá atender, luego de la emergencia social – pobreza, *“el segundo aspecto generar la mejor política social que se puede llevar adelante y la mejor política económica y es la creación de puestos de trabajo”.* Refiere al tema del manejo de las tarifas públicas, *“el manejo de las tarifas públicas, no como impuestos encubiertos, propuestas para generar puestos de trabajo”*

Sobre el tema **salud**, a nivel cuantitativo; es mencionado por J. Larrañaga en 5 oportunidades, por L. A. Lacalle en 8, por G. Stirling en 3 y por T. Vázquez en 4 oportunidades.

J. Larrañaga, centra el tratamiento del tema salud como uno de los principales temas en los que es necesario focalizar y hacer *“un enorme esfuerzo”.* Menciona el tema en diferentes oportunidades pero sin ahondar en el mismo, ni explicita las características del esfuerzo o la posible solución al tema.

L. A. Lacalle, circunscribe el tema entre los que se desarrollan en su propuesta *“nuestra propuesta, nuestro equipo tiene una visión del mundo, de la región, del país, del estado de la vida, de la enseñanza, de la salud, completa, estudiada, madurada”*, pero sin detallarla. Cita el caso de salud pública, como un ejemplo de problema de gestión, *“ tenemos un sector de la población definido por ley, al cual queremos solidariamente, porque la nuestra es una sociedad solidaria, cristianamente solidaria; porque somos de ese tipo de civilización, que está marcada y dice que esta persona tiene que tener salud pública gratuita, qué ocurre?, que no solamente esos tiene carné, porque hay otros que no llegan a la mutualista y tienen a veces que fingir u omitir alguna declaración para estar adentro”.*

G. Stirling aborda el tema salud a partir de nombrarla como un derecho fundamental al que todo ciudadano *“integral”* de acceder. Lo menciona en diferentes oportunidades pero sin describir el tema, ni proponer alternativas.

T. Vázquez se refiere a la salud como un derecho *“preservado por el estado, el derecho a una vida digna, a una alimentación correcta a la salud”.* Lo menciona

como uno de los principales temas en los que debe poner atención un gobierno progresista. Considera importante mejorar el sistema de salud nacional, *"otro elemento que hay que mejorar; la prestación de salud que da el MSP debe estar incluido en un sistema nacional de salud"*, sin más detalle.

Sobre el tema **jubilaciones**, a nivel cuantitativo; es mencionado por J. Larrañaga en 3 oportunidades, por L. A. Lacalle en 5, por G. Stirling en 6 y por T. Vázquez en 5 oportunidades.

J. Larrañaga se refiere al tema jubilaciones a partir de una evaluación del pago de los *"magros salarios de jubilaciones"*, considerando que el trabajo, a partir del desarrollo de políticas activas de crecimiento permitirá aumentarlas. *"el país necesita hoy de políticas activas para el crecimiento. Con crecimiento vamos a poder tener mejores salarios, más puestos de trabajo, vamos a poder pagar mejores jubilaciones y pensiones"*.

L. A. Lacalle, trata el tema de las *"bajas jubilaciones"* como un problema actual que no se vivió en su gobierno, *"los jubilados tuvieron durante el gobierno del partido nacional un 30 % por encima de la inflación, pagamos los mejores aumentos y siempre en fecha (...), todos los índices indican que mejoraron los jubilados"*. Considera al trabajo como el factor fundamental para *"alentar la política de seguridad social"*.

G. Stirling, incluye el tema entre la lista de situaciones a resolver; *"el plan de gobierno que va a ser presentado por el partido colorado considera; el tema de la pobreza, el tema de la seguridad, el tema del empleo, el tema de los jubilados, el tema de los pensionistas, el tema de las pequeñas y medianas empresas"*. Lo presenta como un tema a preservar, pagar las jubilaciones como un tema *"sagrado"*.

T. Vázquez, aborda el tema planteando la necesidad de mejorar *"las jubilaciones y pensiones sumergidas"*. Considera que tanto *"los trabajadores y los jubilados han perdido su poder adquisitivo de una manera importante"*.

En función de las descripciones realizadas podemos indicar que los cuatro candidatos se refieren a los diferentes temas en forma muy similar, de forma homogénea.

Tal es el caso del tratamiento dado al tema "Pobreza". Los cuatro candidatos se refieren al tema como un *"problema"* grave, de los más graves que afectan

directamente a la población. Todos enfatizan en la agudización del fenómeno a consecuencia de la crisis de 2002. Larrañaga, Lacalle y Stirling son quienes más énfasis realizan en la agudización producida por la crisis, Vázquez por su parte, si bien también menciona los efectos de la crisis, trata el tema como un problema de más larga data. Los cuatro candidatos mencionan cifras al respecto, y desarrollan el tema de la *"infantilización de la pobreza"* .

Respecto de la o las soluciones al tema, todos coinciden en ubicar al "trabajo" , a la "generación de empleo" como la principal herramienta.

Lo mismo sucede con; trabajo, salud y jubilaciones, los cuatro candidatos describen los temas caracterizándolos de la misma manera.

### **8.1.2. Presuposiciones**

Las presuposiciones refieren a lo que el candidato considera que el público conoce del tema en cuestión.

J. Larrañaga presupone conocimiento de la población sobre el tema **pobreza**. Da por sentado que la población en general lo considera un tema que no es nuevo, un tema que tiene a la *"gente cansada"*. Detalla lo que presupone que la población conoce del tema; su crecimiento, la infantilización del fenómeno, las cifras que se manejan en forma pública. Considera que las cifras refieren a lo que la población opina de la pobreza, *"hay que hacer un enorme esfuerzo, esas cifras las que usted expresó al principio sobre la opinión que la gente tiene sobre la pobreza"*.

L. A. Lacalle presupone la aprobación de la población respecto de la gestión del partido nacional durante el gobierno sobre el tema pobreza. Presupone el conocimiento de la población sobre los *"bajos índices"* de pobreza del período de gobierno blanco y presupone el conocimiento de la población sobre la agudización del fenómeno a consecuencia de la reciente crisis.

G. Stirling, considera el conocimiento de la población sobre el *"costo social que ha tenido que pagar el Uruguay con su crisis"*. Considera que este conocimiento de la población se debe tomar como punto de referencia. Presupone una respuesta solidaria de la población al tema.

T. Vázquez, refiere al conocimiento popular de la *"divisa antigüista que los más necesitados tienen que ser los más privilegiados"*. Asume o presupone un



conocimiento compartido por el pueblo sobre el tema *"hay una gran situación de desesperanza y esto es lo primero que hay que atender"*.

Sobre el tema **trabajo**; J. Larrañaga presupone, conocimiento directo de la población sobre el tema, *"nos venimos acostumbrando a una suerte de geografía ciudadana en nuestro marco urbano donde muchas veces vemos cómo niños y ancianos viven en situación de calle y nos acostumbramos a ver en los semáforos de nuestra ciudad de Mdeo a niños de corta edad jugando con naranjas para intentar conseguir un pesito más"*.

L. A. Lacalle presupone; conocimiento de la población sobre el tema y de las responsabilidades del mismo. Da por supuesto; *"por supuesto que las medidas de fondo son las de una modificación de las posibilidades de trabajo, pero lo inmediato, el país del mientras tanto (...) me parece que lo tenemos que cuidar"*

G. Stirling expresa que es la vía o el único camino compartido con la población para mejorar la situación de la sociedad.

T. Vázquez por su parte presupone conocimiento de la población tanto en lo relativo al problema como a las propuestas para un futuro gobierno progresista. *"Dimos 17 o 18 propuestas para generar puestos de trabajo y resulta que nos preguntan cuáles son nuestras propuestas; que no tenemos propuestas, que no damos propuestas, ¿y sabe que es lo peor? Para los uruguayos y las uruguayas se están dando cuenta que los mismos que dicen que no tenemos propuestas son lo que vinieron a criticar las propuestas"*

Respecto al tema **salud**; J. Larrañaga considera que existe conocimiento de la población sobre el tema. Trata la opinión de la gente sobre la salud como uno de los temas centrales para mejorar en función de las prioridades que la propia población establece, *"esas cifras que usted expresó al principio sobre la opinión de la gente sobre los temas (...) en lo que significa la inversión en salud"*

L. A. Lacalle sobre el tema presupone que la situación de insatisfacción social por el sistema de salud pública, donde existe un problema de gestión y no de recursos. *"es sabido que el país en las políticas sociales gasta cantidades importantes y diría que a veces cantidades suficientes. Tiene un problema de gestión. Salud pública por ejemplo tiene un problema de gestión; el dinero que se pone para la salud pública es suficiente. Ahora qué ocurre con salud pública? Tenemos un sector de la población definido por ley, al cual queremos*

*solidariamente, por que nuestra sociedad es solidaria (...), no solamente esos tienen el carné, porque hay otros que no llegan a la mutualista y tienen a veces que fingir u omitir alguna declaración para estar adentro"*

En los discursos de G. Stirling sobre el tema salud no hay presuposiciones directas sino que lo trata como un tema más en el conjunto compuesto por; *"pero estudiando, analizando, la propuesta para el próximo período electoral de octubre, el plan de gobierno que va a ser presentado por el partido colorado, yo le digo Raquel que el tema de la educación, el tema de la pobreza, el tema de la justicia, del empleo, de la niñez, de la salud, de los jubilados (...) todo ese conjunto de elementos comonene un sociedad, solamente se pueden dar respuestas cuando usted tiene formas de generar crecimiento en el país".*

T. Vázquez presupone; dos tipos diferentes de "público" del sistema de salud; un sector que conoce sus derechos y los reclama y un sector marginado que se encuentra resignado; *"en relación a los derechos inalienables, como la salud; en general es la capa media de la sociedad que, impactada por un hecho negativo reacciona, se queja, sale, protesta. En cambio, el pobre, el indigente, el que ya se ha acostumbrado y resignado a vivir en esta situación en general, no protesta".*

Sobre **jubilaciones**; J. Larrañaga presupone conocimiento del tema por parte de la población y refiere al tema dando por supuesto el conocimiento que se tiene del mismo.

L.A. Lacalle presupone que la población está informada del tratamiento que se le dará al tema por la experiencia del gobierno del partido nacional.

G. Stirling indica que existe conocimiento de la población sobre las propuestas del partido colorado para mejorar la situación de jubilados y pensionistas. Refiere a que en los último años de gobierno ("*datos conocidos por toda la población*") la aportación a BPS aumentó sensiblemente lo que implicará una sustancial mejora en las futuras jubilaciones y pensiones.

T. Vázquez presupone que las personas sufren los efectos de los gobiernos anteriores y un sector muy sensible y afectado son los jubilados y pensionistas

En función de las presuposiciones desarrolladas podemos indicar que, con matices, los cuatro candidatos consideran la existencia de un conocimiento compartido con el público sobre los temas que desarrollan. En particular sobre los temas con mayor frecuencia de aparición.

### 8.1.3 Implicancias

Las implicancias apelan a la capacidad inferencial del público ( si el público va a interpretar el tema con el mismo sentido que el emisor) respecto del tema que se considera.

J. Larrañaga del tema **pobreza** sostiene que implica, " *Cuando hablo de políticas activas, estoy hablando de un estado que no se declara prescindente del desarrollo económico para que haya desarrollo humano y social. Lo que ha faltado en Uruguay, lo digo asumiendo la cuota parte que me corresponde*". Reafirma lo que sus enunciados implican " *yo me quedo con lo primer me parece que el combate contra la pobreza es el trabajo y esto es donde debemos poner el enorme esfuerzo en las políticas sectoriales*".

Al respecto L. A. Lacalle indica que el tema pobreza implica establecer las responsabilidades de cada uno, " *yo cuando hablé en la asamblea nuestra, hice hincapié y centré mi discurso en este tema, dije vamos a empezar por las responsabilidades más próximas de cada uno, porque cuando los problemas sociales se van hacia la estadística uno parece que los alejara, los despersonalizara*". Implica también " *ver cuales son los remedios inmediatos, uno de ellos lo estamos reclamando hace un tiempo es la mejora de los salarios rurales*".

G. Stirling sostiene que el tema implica " *poner énfasis en las políticas sociales. Porque el costo social que ha tenido que pagar el Uruguay con su crisis ha sido muy grande; porque mucha gente se empobreció, mucha gente ha pasado al círculo de los excluidos y eso quizás es lo que a nosotros no debe de tomar como punto de referencia a que la sociedad como la nuestra que es una sociedad muy solidaria no puede permitir las tasas de pobreza y las de exclusión social se mantengan*".

T. Vázquez considera la implicancia del tema en función a " *estoy diciendo un gobierno humano, lo primero que tiene que atender es la emergencia social que el país vive*". Implica atender la situación de " *desesperanza*", " *hay una gran situación de desesperanza y esto es lo primero que hay que atender, reitero, desde un gobierno humano, profundamente humano acá en el país. Hay hogares que no tienen cubiertas sus necesidades básicas, fundamentales*".



J. Larrañaga, cuando trata el tema **trabajo** se refiere a lo que abordar el tema implica de la siguiente manera; propone al trabajo como solución a diferentes problemas de la población e indica *“esto es donde debemos poner el enorme esfuerzo en las políticas sectoriales, en el desarrollo pecuario, agropecuario, industrial. Cuando hablo de políticas activas, estoy hablando de un estado que no se declara prescindente del desarrollo económico para que haya desarrollo humano y social.”* Es decir, el trabajo es la solución pero esta solución implica una serie de condiciones que J. Larrañaga las detalla.

L. A. Lacalle, expone el tema trabajo considerando que el mismo implica *“generación de empleo”* y sobre la generación de empleo realiza una detallada exposición de cómo se podría llevar adelante. Por lo que el tema trabajo de acuerdo a su consideración tiene implicancias tales como, en genérico *“crear fuentes de empleo”* y en particular alude a algunas opciones que entiende como posibles; descentralización del país, incentivo a la inversión en el interior, desarrollo de proyectos regionales (ejem: aeropuerto en Durazno), instalación de otra zona franca en el interior, entre otras opciones.

G. Stirling indica que una política centrada en la generación de trabajo implica *“acentuar a partir del incremento de la actividad económica y la inversión. Inversión es el factor más importante que tiene el país por delante, para generar mayor actividad económica, generar empleos.”* Solucionar el *“problema de la falta de empleo”* implica *“generar una pista de aterrizaje para que acá los inversores sean bien recibidos, que agilicemos los trámites de inversión, que demos todas las garantías, las certezas, las seguridades”*.

T. Vázquez, considera que el tema trabajo debe ser abordado desde la su concepción de *“emergencia social”*. Emergencia que implica *“generar la mejor política social que se pueda llevar adelante y la mejor política económica, la creación de puestos de trabajo genuinos, de trabajo sostenido, de trabajo sostenible, de calidad y con remuneraciones adecuadas”*.

En lo relativo al tema **Salud**, J. Larrañaga indica que el tema implica un análisis del mismo en conjunto, es decir que implica acuerdos políticos; *“es lo que nos tiene que obligar imperiosamente a concretar acuerdos en el sistema político, no es posible que no podamos empujar del mismo carro”*.

L. A. Lacalle indica que el tratamiento del tema implica una modificación del sistema de salud pública; *“la salud pública debería cobrar aranceles según las*

*posibilidades económicas de cada sector de usuarios de la salud pública y pasarse los hospitales departamentales a las mutualistas siguiendo el ejemplo de gestión que tiene actualmente, por ejemplo, el hospital de Tacuarembó".*

G. Stirling al incluirlo como un tema más no se detiene en particular en el tema salud como si lo hace con; pobreza, trabajo y jubilaciones. A nivel general el tema implica; *"poner énfasis en las políticas sociales"*.

Para T. Vázquez implica la presencia del estado, *"ahí es donde se justifica la presencia del Estado. Y no es con un criterio asistencialista. Toda la gente tiene los derechos preservados por el Estado. Es necesario garantizar el derecho a la salud"*.

Sobre el tema **jubilaciones**, J. Larrañaga indica que el desarrollo de *"políticas activas para el crecimiento. Con crecimiento vamos a poder tener mejores salarios, vamos a poder tener más puestos de trabajo, vamos a poder pagar mejores jubilaciones y pensiones"*

L. A. Lacalle considera que se debe trabajar y profundizar en la reforma de Seguridad social.

G. Stirling trata el tema como "política de Estado", indicando que se deben buscar alternativas para mejorarlas.

T. Vázquez considera al tema indicando que se debe tratar como política de Estado y central en el tipo de gobierno (progresista) *"que el encuentro progresista, fte amplio, nueva mayoría llevará a cabo"*.

Respecto de las implicancias mencionadas podemos indicar que es la categoría donde se encontraron mayores diferencias, sobre todo en relación a los temas Trabajo y Jubilaciones, siendo muy similar las implicancias de los temas Pobreza y Salud. En particular en los temas Trabajo y Jubilaciones, Lacalle y Stirling enfatizaron en que la solución a estos temas debería centrarse en el incentivo a la inversión privada, mientras que Larrañaga y Vázquez consideraron que ambos temas implican la generación de políticas sociales (Vázquez) y políticas activas (Larrañaga). Las implicancias de Pobreza y Salud fueron muy similares en los cuatro candidatos.

#### **8.1.4 Estrategias discursivas**

En particular las estrategias discursivas, como se explicitó anteriormente refieren a la forma con la que cada candidato referencia los temas que expone. Las estrategias discursivas funcionan como un vehículo de la expresión de los temas y de los modelos cognitivos de situación. Las estrategias discursivas en el presente análisis se consideran en función de los diferentes componentes del discurso político; componentes descriptivos y didácticos (modalidad de "saber"), componentes prescriptivos (modalidad de "deber") y componentes programáticos (modalidad de "hacer"). Como ya se mencionó en el capítulo de dimensiones y categorías, los componentes determinan las modalidades por medio de las cuales el emisor construye su red de relaciones con las entidades del imaginario político (receptores del discurso).

Tal como se evidencia en la tabla resumen, los discursos de los cuatro candidatos presentan una distribución homogénea de los diferentes componentes y por ende presentan una construcción homogénea de sus estrategias discursivas, con algunos matices.

Lo anterior significa que los cuatro temas analizados son presentados por los candidatos en las diferentes modalidades indicadas; en términos de lo que del tema "sabe", del "deber" ser del tema (lo que se espera) y del "hacer" (propuestas de soluciones).

Como fue expresado antes, por tratarse de un análisis cualitativo, el número de veces que las diferentes modalidades aparecen en cada discurso no constituye en sí un factor determinante de análisis, pero nos permite visualizar una tendencia con respecto a su predominio.

El patrón recurrente de las estrategias discursivas de los cuatro candidatos suele ser del tipo "saber + hacer": donde se constata, describe y/o evalúa el tema en cuestión y luego se refiere a la acción emprendida (sobre todo en el caso de Lacalle y Stirling, que refieren a experiencias tanto del gobierno blanco como colorado) o a emprender (básicamente en los discursos de Vázquez y también en los de Larrañaga que no realiza ninguna referencia al gobierno del partido nacional).

El saber, es utilizado por los candidatos para evidenciar conocimiento filosófico y doctrinario. En los casos de Lacalle y Larrañaga sobre todo se muestra el afán



por evidenciar conocimiento sobre el régimen democrático, relacionando este último con tres elementos (mencionados por ambos); la honradez, eficiencia y justicia. En el caso de Vázquez el saber se expone fuertemente en función del conocimiento de las acciones y declaraciones de importantes líderes progresistas, en particular expone su saber sobre la experiencia de Lula, así como también referencia claramente su conocimiento sobre la obra de Martí respecto de la integración regional. El saber desplegado por Stirling ratifica los principios rectores del partido colorado y el conocimiento que le impuso su experiencia de ministro sobre la problemática de la sociedad.

En lo que concierne al deber; está relacionado en los cuatro candidatos con el cumplimiento de las medidas establecidas en los programas de sus partidos.

El deber en todos está vinculado a los contenidos programáticos que deben cumplirse para solucionar los diferentes problemas de la población en relación a los cuatro temas analizados. El deber está, en todos, directamente vinculado con el hacer.

Respecto al hacer, los principales enunciados que se reiteran entre los candidatos son; “estudiar”, “evaluar”, “trabajar”, “perfeccionar”, “modernizar”, “mirar”, “incorporar”. En las diferentes oportunidades en que se enuncian deberes se hace en forma impersonal a través del “nosotros inclusivo”. Con algunas excepciones en los discursos de Lacalle, quien tiende a personalizar más tanto su accionar en el pasado como su promesa de acción futura.

Dentro del estudio de las estrategias discursivas cabe destacar el uso de figuras retóricas tales como la “personificación”, utilizada como una metáfora que persigue la sensibilización y con ello el encarecimiento de la expresión y la hace accesible inmediatamente al sentido en su representación sensible. A modo de ejemplo se pueden mencionar las citas de Lacalle a la figura de *Wilson*, que se reiteran en los discursos, o de Larrañaga respecto al “*legado de Saravia*” (también mencionado por Lacalle), o a las alusiones de Vázquez sobre *Artigas*, sobre “*los próceres latinoamericanos*”. En Stirling no son comunes estas referencias metafóricas.

Uno de los propósitos retóricos que se busca con el uso de metáforas es la persuasión: se desea que el receptor perciba un estado de cosas más claramente y, a la vez, que lo “sienta” de la misma manera que el emisor.



Otra manifestación de figuras retóricas es la enunciación de verdades genéricas, tales como "*errar es humano*", este tipo de enunciados si se encuentran referidos en los cuatro candidatos, sobre todo en lo relativo al tema pobreza donde todos recurren a diferentes fórmulas para expresar verdades genéricas sobre el tema.

### **8.3 Conclusiones**

Como se desprende del estudio de; los temas, las presuposiciones, las implicancias y las estrategias discursivas, existe una fuerte correspondencia tanto en el contenido como en la forma de los discursos de los cuatro candidatos.

Respecto al tratamiento en general de los temas (Pobreza, Trabajo, Salud y Jubilaciones), es decir, a la descripción que los diferentes candidatos realizan y a la forma a la que se refieren a ellos en forma explícita, los cuatro candidatos los presentan en forma homogénea.

En función de las presuposiciones desarrolladas podemos indicar que, con matices, los cuatro candidatos consideran la existencia de un conocimiento compartido con el público sobre los temas que desarrollan. En particular sobre los temas con mayor frecuencia de aparición.

Respecto de las implicancias mencionadas podemos indicar que es la categoría donde se encontraron mayores diferencias, sobre todo en relación a los temas Trabajo y Jubilaciones, siendo muy similar las implicancias de los temas Pobreza y Salud.

En lo relativo a las estrategias discursivas, los discursos de los cuatro candidatos presentan una distribución homogénea de los diferentes componentes y por ende presentan una construcción homogénea de sus estrategias discursivas, con algunos matices. El patrón recurrente de las estrategias discursivas de los cuatro candidatos es del tipo "saber + hacer".

**En función al análisis de discurso desarrollado podemos concluir que los cuatro candidatos; describen los temas, presuponen un conocimiento del público respecto de los mismos, consideran lo que los temas implican utilizan estrategias discursivas, de manera homogénea. En su conjunto los discursos presentados son homogéneos.**

De acuerdo al marco teórico propuesto la televisión le imprime a la política una lógica de neutralización y uniformización del discurso. Teniendo como consecuencia que los discursos de las diferentes posturas ideológicas, pierdan progresivamente toda referencia a una producción social real y tiendan a ser **homogéneos**. Es decir que el entorno televisivo estimula a que el discurso sea cada vez más el medio, provocando la eliminación de contenidos cuyo antagonismo sea excesivamente profundo. En función de reflexionar sobre la hipótesis propuesta es válido considerar que como los discursos políticos de candidatos de diferentes partidos políticos y posturas ideológicas se configuran como discursos que se adecuan al medio en el que se desarrollan (televisión), que le imprime sus características propias, entonces los mismos tienden a ser homogéneos

Resulta interesante considerar para una futura investigación la posibilidad de afirmar fácticamente que este efecto es producido por el medio de comunicación. Esta investigación se podría realizar comparando el producto del presente análisis con el estudio de discursos desarrollados en otro medio de comunicación, como puede ser prensa, en el mismo período.

## 9. Bibliografía

- Alonso, L. (1999): "Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa". En: Delgado J. y Gutiérrez, J. (Coord.): *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en las Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis.
- Aziz, A. (1982): *El Análisis del Discurso*. Oficio de Artesanos. Ed. De la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimito.
- Bourdieu, P. (1997): *Sobre la Televisión*. Anagrama, Barcelona.
- Bolívar, A. (1992): *Textos y discursos en el encuentro de dos mundos*, Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de "El Español de América", diciembre 1992, Santiago, Chile.
- Bolívar, A. (1995): "Una Metodología para el análisis interaccional del Texto escrito", en *Boletín de Lingüística* N° 9, FACES, UCV, Caracas, Venezuela.
- Brown, G. y Yule, G. (1983): *Análisis de Discurso*. Cambridge University Press.
- Calsamiglia, H. y Tusón A. (1999): *Las cosas del decir. Manual de Análisis de Discurso*. Ed. Ariel. Barcelona.
- Castells, M. (2000): *La era de la información. Tomo I.*, Alianza, Madrid.
- Cayrol, R. (1985): *La televisión y las elecciones*, en *Sociología de la Comunicación de masas*, Vol. III *Propaganda política y opinión pública*, Ferrer Coll, Barcelona.
- Cea D'Ancona, M. A. (1998): *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*, Síntesis, Madrid.
- Cudicio, C. (2000): *Cómo comprender la PNL*, Granica, Buenos Aires.
- de Moragas, M. (1985): *Sociología de la comunicación de masas*, Vol. III *Propaganda política y opinión pública*, Ferrer Coll, Barcelona.
- Factum: "Elecciones 1999- 2000", *El Observador*, Montevideo, 29 de Septiembre 2001.
- Factum: "Internas 2004", *El Observador*, Montevideo, 13 de mayo 2004.
- Krippendorff, K (1990): *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona. Paidós Ibérica, S.A.
- Laso Prieto, J. M. (2002) en "Memoria del VII Encuentro de TV,



- Política y Cultura” – Fundación Gustavo Bueno, Guijón.
- Mercader, A. (1989): ¿Quién le teme al marketing político? en Marketing político en el Uruguay, La búsqueda de votos, Eme, Montevideo.
  - Moreira, C. (2004): Final de Juego. Ed. Trilce. Montevideo.
  - Trejo, R. (1998), Apuntes de Conferencia “Medios de comunicación y Cultura política” organizado por la Fundación Pablo Iglesias y la Conferencia permanente de Partidos Políticos de América Latina en Madrid.
  - Valles, M. (1997), Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Síntesis.
  - van Dijk, T.A. (1985): Prejuicios en el Discurso. Editorial John Benjamin, Ámsterdam.
  - van Dijk, T. A. (1993): Principales críticas al discurso. Discurso y Sociedad. Vol. 4, Sage Editorial, Londres.
  - van Dijk, T. A. (1995): Semántica e ideología del Discurso. Discurso y Sociedad. Vol. 6, Sage Editorial, Londres
  - van Dijk, T. A. (1993): Texto y Contexto. Ed. Catedral. Salamanca.
  - Verón, E. (1987): Discurso político, lenguajes y acontecimientos. Ed. Hachette, Buenos Aires.
  - Verón, E. (1980): Discurso, poder, poder del discurso. Primer coloquio de semiótica. Río de Janeiro.
  - Viscardi, R. (1986) en: Introducción al análisis del discurso político, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo.
  - Wolf, M. (1994): Los efectos sociales de los media, Indugraf, Barcelona.
  - Wolton, D. (1992): Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión. Gedisa Editorial, Barcelona
  - Wodak, R y Meyer M., (1999), Métodos de Analisis de discursos, Ed. Gedisa, Viena.

**Ref. Carátula:** Extracto de texto presentado por Raúl Trejo Delarbre (Investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de UNAM, Director del Semanario Etcétera, autor de decenas de libros sobre política y comunicación social) en el seminario Medios de comunicación y cultura política que organizaron la Fundación Pablo Iglesias y la Conferencia Permanente de Partidos Políticos de América Latina en marzo de 1998, en Madrid.