

LA IMAGEN DEL POLÍTICO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS (DES)CORTESAS UTILIZADAS EN LA ENTREVISTA TELEVISIVA NO ACOMODATICA¹

Ester Brenes Peña
Universidad de Córdoba

RESUMEN

En el medio televisivo español, la entrevista a representantes políticos ha derivado hacia una interacción de carácter no acomodaticio en la que el periodista intenta obtener informaciones veraces aun a costa de degradar la imagen social del invitado. El presente trabajo intenta determinar los mecanismos mediante los cuales el representante político restaura su imagen social ante los millones de potenciales votantes. El análisis de entrevistas emitidas en el intervalo temporal 2009-2012 nos ha mostrado cómo la gestión de dicha imagen se sirve del realce de la autoimagen, la minusvaloración de la opción política contraria, la utilización estratégica del rol desempeñado, la imposición de la propia opinión, la descalificación del entrevistador y la transgresión del Principio de Cooperación.

PALABRAS CLAVE: (des)cortesía verbal, imagen social, entrevistas televisivas.

ABSTRACT

IN THE Spanish television, political interview has led to a non-accommodating interaction in which the journalist tries to get accurate information at the cost of degrading the face of the guest. This paper attempts to determine the mechanisms by which the political representative restores their face in front of millions of potential voters. Analysis of interviews emitted in the time interval 2009-2012 has shown how the face management uses the enhancement of self-image, the underestimation of the political option contrary, the strategic use of the role played, the imposition of one's opinion, the disqualification of the interviewer and the transgression of the cooperative principle.

KEY WORDS: verbal (im)politeness, face, television interviews.

INTRODUCCIÓN

En el terreno político, el éxito o fracaso de cualquier ideología ha estado siempre ligado al dominio de las técnicas oratorias. Como bien saben los representantes políticos, el lenguaje es «el camino mediante el cual los gobernantes y los aspirantes a



serlo pueden ganar adeptos para su causa» (Fernández García 2000:10). No obstante, en la sociedad actual, la relevancia de los medios de comunicación suma al factor comentado otro elemento: la gestión de la imagen social. A día de hoy, todo actor político, ya sea miembro del partido que ha alcanzado el poder o representante de la oposición, ha de saber manejar tanto las artes y técnicas oratorias como la visión que ofrece de él mismo y de su rival en los media. Piénsese, de hecho, en el gran influjo que ejerce en los potenciales votantes la actuación de los líderes políticos en los debates electorales televisados (Middleton 1962, Lledó Castejón 2001, Blas Arroyo 2011).

El presente trabajo aspira a determinar cómo gestionan la imagen social los representantes políticos españoles en un género concreto: la entrevista televisiva. La elección de este formato se debe a la evolución que ha ido sufriendo. En los últimos años, las entrevistas a personalidades del mundo de la política se han inclinado hacia la variante denominada por Garcés (2009) en el medio anglosajón como *news as confrontation*. El rasgo distintivo de esta nueva modalidad es el carácter inquisitivo del entrevistador, que, lejos de mantener una postura neutral ante lo emitido por el invitado, disiente de lo dicho por este, evitando en todo momento que consiga evadir las preguntas incómodas o imponer una visión partidista de las cuestiones tratadas, aunque para ello tenga que deteriorar su imagen social. En definitiva, el clima comunicativo destaca por la confrontación y el enfrentamiento entre ambos roles. La cuestión, por tanto, es: ¿cómo reacciona el invitado, un personaje político de máxima actualidad, ante los ataques de este entrevistador incisivo? ¿Qué estrategias de imagen y (des)cortesía verbal emplea para contrarrestar el deterioro de su propia imagen social?

Para poder alcanzar este objetivo, hemos seleccionado como material empírico doce entrevistas a personalidades del mundo de la política contenidas en el programa «Los desayunos de TVE» y emitidas en el intervalo temporal 2009-2012². La metodología empleada se identifica con la Lingüística pragmática, en la formulación de Fuentes Rodríguez (2000), lo que supone abordar el estudio de los recursos verbales en su contexto, contemplando la interacción de los planos micro, macro y superestructurales³.

¹ Este trabajo se enmarca dentro del Proyecto I+D+I «(Des)cortesía y medios de comunicación: estudio pragmático» (Ministerio de Ciencia e Innovación 2009-10515).

² Los días de emisión de los programas seleccionados son: 21-05-2009, 10-11-2009, 17-09-2009, 26-01-2010, 21-09-2010, 14-10-2010, 26-04-2011, 12-12-2011, 14-12-2011, 30-01-2012, 04-05-2012.

³ En FUENTES RODRÍGUEZ (2009) puede verse una descripción pormenorizada de los avances que supone la aplicación de esta metodología al análisis de los distintos elementos y estructuras lingüísticas.

EL CONCEPTO DE IMAGEN SOCIAL EN EL TERRENO POLÍTICO

El deseo de obtener el favor de los potenciales votantes explica el afán de los líderes políticos por ofrecer una imagen social determinada de sí mismos y degradar por completo la de cualquier opción ideológica contraria. El término de imagen social, proveniente de los trabajos de Goffman (1967), hace alusión a la representación que el hablante crea de sí mismo durante la interacción, esto es, a la forma en la que el emisor intenta ser percibido por el resto de interlocutores durante el intercambio comunicativo⁴. Lejos de corresponderse con la personalidad real del sujeto, la imagen social es el papel que el interlocutor decide representar y que va construyendo y modificando a lo largo del proceso comunicativo.

En discursos institucionales o semiinstitucionales como los que conforman nuestro corpus, el concepto de imagen conjuga dos vertientes complementarias que no pueden obviarse. Nos referimos a la distinción entre la dimensión pública y la privada de este término (Blas Arroyo 2001). En otras palabras, las necesidades de imagen de los entrevistadores y los personajes entrevistados en estas interacciones contempladas por millones de telespectadores son notablemente diferentes de las que poseen estas mismas figuras en su esfera familiar.

Por otra parte, hay que tener también en cuenta que este concepto no alude solo a la *face* del individuo, sino que también se relaciona con las personas más cercanas a este (Culpeper 1998). La imagen de grupo, o la imagen que posee el sujeto en relación con el conjunto de individuos al que pertenece, es fundamental. En el material empírico analizado, de hecho, los entrevistados acuden al programa siempre en calidad de miembro o representante de una opción ideológica concreta. De ahí que la entrevistada en el siguiente fragmento pueda justificar su negativa a contestar el interrogante planteado basándose en el hecho de que no posee una opinión personal al respecto, sino colegiada. En el ámbito político, el peso y la importancia de la imagen grupal tienen más fuerza que la imagen social individual⁵. El individuo queda relegado a un segundo plano:

⁴ Esta diferencia es especialmente interesante en los géneros televisivos. Como bien advierte CULPEPER (2005: 50) en su análisis de los enunciados pronunciados por la presentadora de un conocido concurso televisivo: «References to Anne Robinson in this paper are references to the person constructed by Anne Robinson; they do not refer to the 'real' Anne Robinson, unless otherwise stated». En el mismo sentido, el trabajo de WEIZMAN (2006) aborda las relaciones existentes entre la imagen social, el rol interactivo y la identidad personal en las entrevistas a personalidades políticas de la televisión israelí.

⁵ FUENTES RODRÍGUEZ (2013), basándose en las teorías de la identidad surgidas de la Sociología (BUCHOLTZ-HALL 2005), liga el concepto de imagen social a lo individual, prefiriendo el término de identidad para hacer alusión a este carácter grupal.



- (1) ER⁶: [sí] pero yo le he preguntado no en lo legal/ insisto/ en lo político ¿a usted le gustaría que estén o no?
 EO: es que yo no tengo una opinión personal/ tengo opinión colegiada§
 ER: § pues eso/
 políticamente§
 EO: §no/ no/ la colegiada que decidamos en la mesa el jueves a las ocho y media de la tarde/ basándonos en los informes que nos dará la Secretaría General del Congreso⁷
- (14-12-2011)

Y, por último, no podemos olvidarnos del influjo que en la configuración de esta imagen social posee el rol concreto que el individuo desempeña en un momento dado, entendiéndose este término como la multiplicidad de papeles que los hablantes van ejecutando cotidianamente (Goffman 1967). La relevancia de este concepto es tal que «el componente de autoridad en una posición relativa jerárquicamente asimétrica (jefa-empleado), puede ser anulado en una actividad donde la misma persona participe en otra relación de roles (médico-paciente)» (Bravo 2004:29). En el caso de la entrevista televisiva, es especialmente interesante atender a los dos tipos de roles diferenciados por Weizman (2006), el interactivo y el social⁸:

In news interviews, role relations are at play on at least two levels: the interactional and the social. Whereas the former has to do with the division of roles predetermined by discursive expectations pertaining to the communication event, the latter is concerned mostly with the interviewee's status in the political arena. (Weizman 2006:174)

De esta forma, desde el punto de vista interactivo, nos encontramos con los roles de entrevistador-entrevistado, roles cuya adopción supone la aceptación de una serie de obligaciones y entre los que se establece una relación funcionalmente asimétrica, como explicaremos con más detalle a continuación. Y, al mismo tiempo, desde la perspectiva más social, el hecho de que el invitado a estos programas ejerza

⁶ En aras de una mayor neutralidad, hemos preferido aludir a los participantes en este evento comunicativo según el rol desempeñado, omitiendo su nombre y apellidos. De esta forma, hemos reservado la sigla ER para aludir al entrevistador, y EO para el entrevistado.

⁷ En la transcripción de los ejemplos se utiliza las convenciones adoptadas por el grupo VAL.Es.CO (2003)

⁸ Esta visión compleja de la imagen social ha sido defendida también por otros autores como SPENCER OATEY (2002, 2005, 2007, 2008). En la formulación de esta autora (2002, 2007, 2008), la imagen social se compone de dos dimensiones: *quality face* y *social identity face*. La primera de ellas se relaciona con el concepto de autoestima, dado que alberga los valores y cualidades que los interlocutores reclaman como propios. La segunda alude a la necesidad del individuo de ver confirmada su propia identidad social o rol. En su trabajo de 2005, Spencer Oatey redefine las distintas vertientes diferenciadas en el concepto de *face* proponiendo la existencia de una *respectability face*, relacionada con el prestigio y el honor, y una *identity face*, «claims to social membership» (SPENCER-OATEY 2005: 103). En el fondo, se trata de reivindicar las distintas dimensiones que conforman este concepto, y que van más allá de la simple imagen individual.



el rol de representante del partido político que posee el poder o de la facción que se sitúa en la oposición puede explicar la mayor presencia en su discurso de, respectivamente, alabanzas o descalificaciones de la gestión política realizada.

LA ENTREVISTA TELEVISIVA

La entrevista televisiva es un tipo de interacción desarrollada fundamentalmente a través del par adyacente pregunta-respuesta que nace con un propósito esencialmente informativo: conseguir de un personaje el mayor número de datos o valoraciones posibles acerca de los temas de mayor actualidad⁹ (Cebrián Herreros 1992, Martínez Vallvey 1995, Haverkate 1998). Según hemos adelantado, en este discurso intervienen dos roles: el entrevistador, el interlocutor encargado de realizar las preguntas y a quien le incumbe normalmente fijar el número y el contenido de las mismas, y el entrevistado, el hablante que ha de proveer la información requerida. No obstante, dado el carácter trilogal propio de toda emisión televisiva, el verdadero receptor de las palabras emitidas por el personaje invitado no es el periodista que desempeña el papel de entrevistador, sino la audiencia o los telespectadores¹⁰. Es más, el rol del entrevistador se concibe como el representante de la audiencia, como la persona que debe plantear al personaje invitado los interrogantes que posee la mayor parte de la población española (Arfuch 1995, Fernández García 2000).

La diferencia funcional existente entre ambos roles configura una interacción asimétrica (Cortés Rodríguez-Bañón Hernández 1997). El entrevistador siempre ocupará una posición superior en la jerarquía enunciativa de este formato, ya que él tiene el control sobre la planificación de las preguntas y, en cierto sentido, sobre la adecuación de las respuestas a ellas, pudiendo volver a cuestionar al entrevistado sobre el mismo punto si valora negativamente la calidad informativa de su contestación. En consecuencia, la norma de interacción esperable y cortés en este tipo de formato insta al entrevistador a intentar obtener la información solicitada al invitado manteniendo una postura amable, sin aludir a su superioridad funcional, creando un clima comunicativo agradable en el que el entrevistado, confiado, se muestre sincero. En palabras de Cortés y Bañón (1997:48): «el entrevistador no puede mostrarse demasiado explícito en su dominio, dado que esto afectaría negativamente

⁹ Si bien el tema sobre el que versa este género es de lo más variado, no podemos olvidar que el cariz del asunto tratado influye notablemente en el registro empleado. Según Martínez (1995:52), la incidencia de este factor es tal que «no se puede definir la entrevista sin especificar qué clase de entrevista es. De hecho, cabe la posibilidad —de hecho existe sin ningún género de dudas— que el adjetivo modifique en gran medida al sustantivo». En lo que respecta al material empírico analizado en el presente trabajo, la relevancia e interés del tema tratado impiden la utilización de un registro tan distendido como el empleado en las entrevistas a personajes de la crónica social (BRENES PEÑA 2013).

¹⁰ En ella se establece ese doble diálogo caracterizado porque: «aunque se plantea como una interacción entre, normalmente, dos personas, el objetivo último del acto comunicativo no es tal, sino el de ‘representar’ ese diálogo ante la audiencia, que se convierte en un tercer interlocutor, esta vez respecto a la globalidad del acto anterior, no ya respecto del orador político» (FERNÁNDEZ GARCÍA 2000: 30).



al comportamiento de su entrevistado». Es decir, como explica Fuentes Rodríguez (2006:75), en el género discursivo de la entrevista televisiva, la cortesía consistiría en «conseguir el máximo beneficio, la máxima información, pero alabando la imagen del otro. Lo lógico entonces sería crear un ambiente agradable para el receptor, para que se sienta cómodo y hable».

Lo interesante es que, frente a lo apuntado, en las entrevistas televisivas de los últimos años se está manteniendo la norma de interacción contraria. En el medio estadounidense, el aumento de los niveles permisibles en el empleo de la descortesía verbal por parte de la figura del entrevistador ha generado la variante denominada por Garcés (2009) como *interview as confrontation*. En este nuevo formato, la desconfianza hacia los representantes y líderes de este sector anima al periodista a no conformarse con lo expuesto por este sin indagar en la verdad de lo asertado. El entrevistador emplea un estilo más incisivo en el que, como periodista independiente, aspira a conseguir la verdad de lo planteado sin mostrarse colaborativo con el entrevistado, dudando de lo dicho por este y no conformándose con las respuestas evasivas. Se trata, según Arfuch (1995), de la figura del periodista-detective que persigue el mito de la primicia a través de un estilo tribunalicio o modelo adversarial (Casero Ripollés 2008) y que da lugar a un tipo de entrevistas de carácter no acomodaticio, una entrevista en la que «subyacen factores contextuales que provocan un comportamiento interactivo no cooperativo o incluso conflictivo» (Haverkate 1998:29). En concreto, el entrevistador utiliza dos estrategias descorteses consistentes en: a) explicitar su superioridad funcional con respecto al entrevistado en aras de forzar a este a responder a lo planteado, b) no mantener una postura neutral ante el tema tratado, intentando imponer su tesis, discrepando con el personaje invitado sobre lo dicho y descalificando la opinión del invitado. Nuestro objetivo ahora es desvelar cómo afronta e intenta reparar el entrevistado tales ataques a su imagen social.

LA GESTIÓN DE LA IMAGEN SOCIAL EN LA ENTREVISTA TELEVISIVA

El interlocutor cuya imagen social ha resultado degradada posee dos opciones: guardar silencio o responder al ataque, ya sea para aceptar la ofensa o para contraatacarla (Culpeper *et al.* 2003). No obstante, en el corpus seleccionado, la obtención del favor de los potenciales votantes solo puede alcanzarse mediante la segunda de las posibilidades planteadas, esto es, mediante el uso de estrategias que contraataquen y contrarresten el deterioro de su imagen social que conllevan algunas de las intervenciones del entrevistador. En general, la persuasión del electorado se sirve de la macroestrategia más habitual de la dinámica política, descrita por Van Dijk (2003) como la auto-presentación positiva de nosotros y la negativa de ellos. Se trata, por tanto, de combinar en el discurso actividades de realce de la autoimagen con estrategias de descalificación de la opción política contraria que, en última instancia y por la contraposición que encierran, también se dirigen al beneficio de la imagen social propia. Junto a ella, destacan también otras actividades de imagen y de descortesía verbal que se dirigen también al mismo fin como son la manipulación



del rol desempeñado, la descalificación del entrevistado y la emisión de respuestas evasivas que pueden llegar incluso a transgredir el Principio de Cooperación.

Según lo señalado, nuestro análisis ha de partir de una diferenciación esencial entre las actividades de imagen y las actividades de (des)cortesía verbal. En las teorizaciones iniciales sobre la (des)cortesía verbal (Brown y Levinson 1987), el centro de atención había sido exclusivamente la imagen social del receptor. Sin embargo, no puede negarse que, en determinadas ocasiones, la finalidad del hablante no es agradar o atacar a su interlocutor, sino realzar o deteriorar su propia imagen. Nos encontraríamos, por ende, no ante una actividad de (des)cortesía, sino ante una actividad de autoimagen. Como bien explica Bravo (2003:101), «Si, por ejemplo, digo que soy una persona sincera, no realizo una actividad de cortesía pero sí una de imagen». Es justamente lo que observamos en las dos primeras de las estrategias mencionadas, en la auto-presentación positiva del emisor y en el realce de la propia imagen mediante la degradación de la opción política contraria. En las entrevistas televisivas analizadas, los representantes de otras opciones políticas no están presentes. No obstante, el entrevistado puede servirse de la descalificación de este tercer interlocutor ausente para enaltecer su imagen social individual o grupal. El hundimiento del contrario implica la victoria del emisor. Por ello, precisamente, puede considerarse como un mecanismo de gestión de la propia imagen social.

Por otra parte, tampoco podemos obviar que, si bien el foco de la (des)cortesía verbal siempre es la imagen social del receptor, ello no implica que la imagen social del emisor no quede también afectada indirectamente. En las entrevistas analizadas, la adopción de un estilo discursivo excesivamente agresivo con respecto al entrevistador puede repercutir negativamente en la imagen social del político. A diferencia de lo que ocurre en otros géneros discursivos como el debate parlamentario o los *talk shows*¹¹, el mantener una actitud abiertamente descortés hacia el presentador de la entrevista televisiva puede generar una imagen del político como una persona que no respeta las convenciones sociales o que es incapaz de conducir su discurso por los cauces de la corrección. El ataque a la opción política contraria está justificado por el carácter agonial del discurso político, pero la degradación de la imagen social del entrevistador sobrepasa el comportamiento social propio del género. De ahí que, como veremos con más detalle, incluso los insultos o la confrontación más radicalizada se intenten formular con un tono mesurado:

- (2) EO: yo sí tengo la representación de todo mi partido político en este ámbito/ y le tengo que decir que el PP considera que los servicios informativos de TVE no son unos servicios informativos imparciales objetivos/ se lo digo con un tono moderado y se lo digo con toda la tranquilidad del mundo

¹¹ En este sentido, LORENZO-DUS (2009: 164), en su análisis de la descortesía verbal presente en el programa televisivo británico «Dragons' Den», asegura que «Being able to carve an idiosyncratic face-attacking style, as it were, has proven a useful discursive means of turning some of the presenters of these shows into celebrities».



y se lo digo sin agresividad ninguna/ pero no confunda usted su opinión personal con lo que puede decir un partido político [en representación de ese partido político]

(26-04-11)

I. ACTIVIDAD DE REALCE DE LA AUTOIMAGEN

Según lo comentado supra, las actividades de autoimagen están presentes en aquellas intervenciones que persiguen fundamentalmente el realce o el deterioro de la propia imagen social con un fin argumentativo. En este sentido, es bastante frecuente que el personaje invitado a las entrevistas televisivas se afane por realzar determinados atributos socialmente valorados como positivos en relación con la imagen social del político, como es, por ejemplo, la sinceridad:

- (3) EO: (...) a mis compañeros de partido siempre les digo LA VERDAD/ como a los ciudadanos/ sabe usted que eso me ha acarreado algunos disgustos/ decir siempre lo que pienso (...)

(30-01-2012)

Como puede observarse, el interlocutor focaliza la actividad de autoimagen realizada gracias a una pronunciación marcada, y le aporta una mayor fuerza al argumento que prueba o justifica lo dicho por medio de una estructura evidencial, *sabe usted*, que erige al entrevistador como garante de lo afirmado. En esta misma línea, aquellas preguntas comprometidas del entrevistador cuya respuesta puede erosionar la imagen del invitado o de su partido político son susceptibles de ser contrarrestadas gracias a las operaciones de autoimagen. En 4, el entrevistado evita presentarse como partidario o favorecedor de Amaiur justificando la decisión tomada por el sistema legal. De esta forma, además, favorece su propia imagen social, al autocalificarse como una persona que cumple escrupulosamente la ley:

- (4) ER: dígame/ UPYD y Amaiur/ se tiene que decidir en estos días si tienen grupo parlamentario o no// qué piensa de esas dos opciones
EO: Pues mire/ sobre ese particular/ lógicamente/ he pedido criterio a los servicios jurídicos de la Cámara// en el caso de Amaiur/ no he podido decirlo con mayor claridad/ SI DE MÍ DEPENDIERA/ no tendría grupo propio/ pero es que en democracia las cosas no dependen de la voluntad del Presidente del Congreso/ dependen de/ del reglamento y de la ley/ y Amaiur tiene derecho/ LEGÍTIMO/ a grupo parlamentario/ tiene siete diputados/ no tiene derecho a un grupo de siete/ pero sí tiene derecho a un grupo de seis/ lo miren por donde lo miren/ y le aseguro que yo he mirado para intentar informar en sentido de que los amigos de ETA no se establecieran con un grupo parlamentario/ pero tienen derecho al grupo (...)

(12-12-2011)



Junto a todo ello, el político también puede servirse de la apelación a un atributo social positivo —en este caso la independencia ideológica y la fidelidad a los principios propios— con la meta de excusar su confrontación con lo dicho u opinado por el entrevistador y evitar, así, ser calificado como rudo o grosero:

(5) ER: sí/ pero Bono/ señor Bono/ no se me vaya porque luego dice que le doy lecciones/ y usted me da de Historia/ yo le digo/ ¿está el PSC en esa frase de Rubianes que acaba [de decir/ sí o no?]

EO: [no/ no/ no] pero déjeme/ para que termine de decirle/ porque si usted me invita/ yo le digo lo que quiero/ no lo que a [usted le gustaría oír]

ER: [sí/ pero yo le he hecho] una pregunta

EO: sí/ pero yo no voy a contestar lo que usted quiere/ le contesto lo que

YO [creo=]

(12-12-2011)

2. ACTIVIDAD DE AUTOIMAGEN MEDIANTE LA DESCALIFICACIÓN DE LA OPCIÓN POLÍTICA CONTRARIA

Complementariamente al realce de la opción política representada, lo normal en las interacciones analizadas es que el entrevistado se afane por destruir completamente cualquier ideología contraria. Se trata, pues, de una actividad que persigue destacar la propia imagen social y obtener, al mismo tiempo, la afiliación con la audiencia, mediante la descalificación del tercer interlocutor ausente en la interacción. El foco de la degradación puede ser el representante de la opción política alternativa, o el grupo en general. El elemento denostado pertenece a su ideología, al terreno factual o al ámbito discursivo, y puede referirse tanto al presente como al pasado o al futuro. La legitimación de este tipo de ataques por la confrontación propia del discurso político explica que los interlocutores puedan presentar estas descalificaciones sirviéndose de recursos intensificadores como la reiteración (7) o elementos superlativos (8):

(6) EO: (...) por cierto/ ¿se acuerda del plan aquel del señor Rajoy? Llegaré a la Moncloa/ tendré un plan/ el plan/ había plan/ sí/ llegar a la Moncloa/ a partir de ahí no había nada porque realmente no han hecho nada más que dar bandazos/ cambios...—>

(30-01-2012)

(7) EO: (...) harto de decirle que el señor Rajoy en el debate de investidura no dijo lo que sabía/ ni en eso ni en casi nada

(30-01-2012)

(8) EO: (...) y hemos tenido presidentes de todo tipo/ y/ el último/ el mayor actor/ el señor Bono/ y cada cual le da su estilo (...)

(14-12-2011)



enfatisando su imagen social privada o su rol como ciudadana y obviando las obligaciones que posee como representante de un partido político:

(10) EO: Mire/ yo/ en primer lugar/ quiero decir que yo creo en la honorabilidad de/ de/ Paco Camps/ lo creo firmemente/ lo creo firmemente porque/ yo/ compro ropa/ hay veces que la pago con tarjeta/ sobre todo si es del Corte Inglés/ porque así va a la cuenta de mi marido/ y/ claro/ es que yo soy un ser humano normal/ normal y corriente/ y hay veces que lo pago al contado y yo no guardo las facturas de los trajes. Usted me dice a mí «deme usted la factura de este traje»¹² [déjeme que acabe/ déjeme que acabe=]

ER: [no/ pero/ pero «...»]

EO: =Ana/ por favor/ bueno/ y eso es una realidad que nos pasa a muchos ciudadanos/ en segundo lugar [a mí me parece]

ER: [usted es política] perdóneme que le interrumpa/ política/ no ciudadana sin más [«...»]

EO: [yo soy las dos cosas/ perdóneme] ¿eh? y usted es periodista y ciudadana ¡hombre!§

ER: § s í / pero usted tiene un cargo público [y por eso]

EO: [¿Y por eso] tengo que guardar las facturas de los tomates y los pimientos? [¡ah/ vale! Es normal/ ¡porque ya...!]

ER: [no/ nadie dice eso/ pero se dice] que el control sobre los políticos no es el mismo que sobre un ciudadano normal (14-12-2011)

4. CONTRARRESTAR LA INFORMACIÓN EMITIDA POR EL ENTREVISTADOR, INTENTANDO IMPONER SU PROPIA TESIS

Otra de las estrategias dirigidas a contraatacar la actitud de disensión hostil del entrevistador es la utilización de un habla tajante, esto es, la emisión de una argumentación reforzada que no deja lugar a dudas y en la que las expresiones evidenciales¹³ utilizadas presentan la tesis sostenida como una idea propia de la totalidad de la sociedad española. De esta forma, si el entrevistador persiste en dudar de lo afirmado por el invitado, quedará aislado de las ideas compartidas por el conjunto de la comunidad sociocultural:

¹² Se señala el traje que lleva puesto.

¹³ Entendemos el término evidencial en el sentido que lo utilizan autores como AIKHENVALD (2004), es decir, como aquella categoría o dominio semántico que alude a las fuentes de conocimiento y de información de las aserciones.



- (11) ER: Déjeme/ por cerrar este tema// Entonces/ dijo Rajoy que el Gobierno no puede vigilar a persona alguna si no es con autorización judicial so pena de cometer una actividad delictiva ¿la diferencia era esa/ que era diputado? EO: (...) si no se quiere ver la diferencia/ pues no se verá/ pero yo creo que la entiende cualquier español

(26-04-11)

Entre los mecanismos verbales susceptibles de ser empleados en este mismo sentido destacan los adverbios modales asertivos¹⁴ reafirmativos que presentan como evidente o lógico lo emitido y el empleo de argumentos de autoridad que sostienen de forma irrefutable lo dicho:

- (12) ER: (...) yo creo que una mínima vigilancia era LÓGICA Y NORMAL
(26-04-11)

Curiosamente, la exposición de lo dicho como una idea que pertenece a las creencias compartidas y asumidas por la colectividad otorga al enunciado, en principio, un valor afiliativo. Gracias a estas unidades, la tesis defendida por el emisor se convierte en un punto de unión entre ambos interlocutores, en una idea que ambos comparten. De ahí, por ejemplo, que Martín Zorraquino (2001) sostenga que el valor básico de estas unidades consiste en desencadenar el acuerdo, gracias a la presuposición que conllevan de que lo asertado es sostenido por toda la comunidad. No obstante, la ya reiterada imposibilidad de aunar descontextualizadamente elemento lingüístico con efecto social hace que el valor de estas unidades sea, en esta circunstancia comunicativa, notablemente diferente. El valor afiliativo se actualiza, por lo general, cuando, en interacciones en las que no existe una confrontación entre los interlocutores, estos adverbios acompañan a opiniones que, efectivamente, pertenecen a la comunidad. Pero este no es nuestro caso. En las entrevistas analizadas, los adverbios modales polifónicos mencionados inciden sobre opiniones subjetivas, individuales y bastante discutibles que, por el efecto de estas unidades, quedan presentadas como creencias asumidas (Fuentes Rodríguez 1993:105).

5. DESCALIFICACIÓN DEL ENTREVISTADOR

Los momentos de mayor tensión dialéctica de las entrevistas analizadas generan intervenciones del personaje invitado en las que se contienen calificaciones negativas de la actitud del entrevistador. Ahora bien, el blanco de estas minusvaloraciones

¹⁴ Los adverbios modales asertivos reafirmativos valoran el dictum emitido con una actitud de ausencia de duda. Dentro de ellos se incluyen aquellos que refuerzan lo dicho desde la seguridad, la veracidad, la confirmación y la evidencia, apoyándose en la figura de toda la comunidad (FUENTES RODRÍGUEZ 1996).

se relaciona siempre con el desempeño de sus obligaciones como entrevistador. Se trata, pues, de una descalificación que funciona como defensa o como contraataque, es decir, de una descalificación que posee siempre una función reactiva, y que busca denunciar ante la audiencia el trato al que está siendo sometido el político por parte del periodista. Así, por ejemplo, en 13 el entrevistado pone de relieve las insistentes interrupciones de la entrevistadora, actitud que, según los rasgos del género de la entrevista, no debería estar presente en este rol:

- (13) EO: Pues incluso sabe por qué/ porque no me da la gana ¿comprende?
[o sea porque/ porque]
ER: [esa es una buena] respuesta porque no me da la gana/ pero admítalo/
admítalo que no quieren mojarse [en este momento]
EO: [pero usted] usted tiene que ir a una tertulia más
que a una entrevista de estas porque no le deja a hablar a quien entrevista/
déjeme que le diga/ mire/ en relación con la señora Chacón (...)
(12-12-2011)

Si seguimos con el mismo programa, en 14, la entrevistadora vuelve a apartarse de las obligaciones consideradas tradicionalmente como propias de este rol y, en lugar de limitarse a plantear interrogantes, juzga las respuestas del personaje invitado. Esta actitud es valorada negativamente por el representante político, que agradece, irónicamente, las lecciones recibidas. La reacción de la entrevistadora refleja sus sentimientos de ofensa por la minusvaloración recibida:

- (14) EO: (...) yo no voy a cambiar MIS SENTIMIENTOS para agradar a
quien me pregunte/ para estar más a la par/ no/ yo le digo lo que pienso/
otra cosa/ y lo que siento/ otra cosa es que en un estado de derecho es [el
único imperio/ el imperio de la ley]
ER: [por eso le decía/ por
eso le decía] que sí/ la ética está unida a la política/ pero en lo legal/ las
leyes son las que son. Dígame qué [«...»]
EO: [gracias por la lección] dígame RISAS
ER: No/ no/ no/ es que usted me ha dicho que van muy ligadas [pero a
la vez me reconoce]
EO: [no/ no/ ya/ no/ es que me han dicho antes de empezar] «es muy
peleona»/ digo/ «bueno/ pues a ver quién puede más»
ER: ya nos conocemos/ yo no le doy lecciones a nadie/ desde luego/ yo le
hago preguntas y le puntualizo/ y la ley/ usted mismo lo ha reconocido/
es la ley [señor Bono]
EO:
[bueno] puntualizan los profesores tan capaces [como usted]
ER: [no/ no/ no] yo no pretendo darle leccio-
nes a nadie [que nuestra audiencia entienda lo que usted quiere decir]
EO: [no/ pero si yo las acepto de cualquier persona/ y mucho más de
usted]
(12-12-2011)



No obstante, el caso más evidente de descalificación de la imagen social del entrevistador lo encontramos en los momentos finales de esta misma entrevista, en los que el invitado reitera su percepción de la actitud excesivamente correctora e incisiva de la periodista calificándola de «señorita Rottermeier». Si bien el político intenta atenuar el insulto disfrazándolo de comentario humorístico acompañado de una sonrisa, el enojo de la entrevistadora vuelve a ser evidente en su respuesta a estas palabras:

- (15) ER: Yo creo que están más nerviosos en el PSOE que los periodistas/
permítame/ no es una lección/ es un comentario solamente. Yo creo que
están más nerviosos en el PSOE [que los periodistas]
EO: [No es una lección] es un comentario [esta mujer es tremenda]
ER: [sí/ lo digo porque] se
la he guardado/ soy rencorosa
EO: Usted es que no ve telediarios/ tiene que verse luego [ya verá la
imagen que da =]
ER: [no/ no veo los
telediarios]
EO: = de señorita Rottermeier/ es tremenda/ es tremenda (RISAS)
ER: Lo que hay que aguantar
- (12-12-2011)

6. RESPUESTAS EVASIVAS Y TRANSGRESIÓN DEL PRINCIPIO DE COOPERACIÓN

Según lo establecido por el contrato comunicativo propio de la entrevista, la principal obligación que adquiere el personaje que acude como invitado a estos programas consiste en responder a todos aquellos interrogantes que el entrevistador estime oportuno formularle, sobre todo si tenemos en cuenta que se trata de un personaje político que debe rendir cuentas ante la ciudadanía (Clayman y Heritage 2002:241). El problema surge cuando el entrevistador emite una pregunta cuya respuesta afecta negativamente al personaje invitado. Ante esta tesitura, el invitado posee tres opciones (Fernández García 2000:98): a) responder de forma directa, b) responder de forma indirecta, es decir, mediante un lenguaje ambiguo o evasivo, c) no responder, violando abiertamente el Principio de Cooperación. Debido a los perjuicios que puede causarle a la imagen social del político la ruptura del contrato conversacional, lo más frecuente es que el entrevistado haga uso de la segunda de las posibilidades mencionadas. De ahí, precisamente, que la ambigüedad se haya considerado uno de los rasgos del lenguaje político en general (Blas Arroyo 2011).

Una buena muestra de respuesta evasiva, definida por Galasinski (1996: 375-376) como aquella que resulta irrelevante semánticamente respecto a la pregunta que la provoca y que viola, por ende, la máxima de relevancia, la encontramos en el siguiente fragmento. En 16 la entrevistada, ante la insistencia de la periodista para que no consiga evadir hacer explícita una respuesta, opta por emitir una información, con la peculiaridad de que esta no tiene ninguna relación con lo planteado.



La exposición de su visión personal ante los hechos ocurridos es sustituida por un halago a su partido:

- (16) ER: Desde luego/ lo mayoritario no es la imagen que le voy a comentar/ pero lo hemos visto/ ayer algún periódico lo destacaba/ algún brazo en alto y alguna bandera preconstitucional. No es lo mayoritario/ pero le pido/ como antes reflexionaba Antón/ si eso debe disociarse de la derecha democrática y si eso le hace daño [al Partido Popular]
EO: [bueno/ mire] es que me hace usted unas preguntas/ doña Ana—>
ER: Ya sé que le gustaría hacérselas usted y respondérselas usted [pero la mala suerte tiene que yo sea la periodista y usted la invitada] (...) Lo digo porque Antón es uno de los analistas pero hay otros medios que hablan de que A LA DERECHA DEMOCRÁTICA/ le insisto/ le puede hacer daño/ QUE ALGUIEN MEZCLE/ no soy yo/ digo que eso se está diciendo hoy en la prensa/ lo dice *El Periódico*/ lo dice *La Vanguardia*/ lo dice el diario *El Mundo* también a través de algunos artículos
EO: (RISAS) Eeeh/ la derecha democrática en este país está a catorce puntos por encima de la izquierda/ según todas las encuestas
(14-10-2010)

En otras ocasiones, si bien el entrevistado no muestra ninguna reticencia a proporcionar una respuesta, lo cierto es que el contenido de su intervención no se adecua a lo cuestionado. Una de las estrategias más usuales para no abordar lo planteado consiste en centrar la respuesta en el contenido de los asertos preparatorios:

- (17) ER: el pasado viernes se habló en el Congreso de Ministros- se decidió de nuevo aumentar el límite de velocidad a los 120/ ¿ha perdido la batalla la Vicepresidenta Salgado?
EO: no/ bueno/ en primer lugar/ a mí me sorprende que se hable de los debates en el seno del Consejo de Ministros§
ER: § pues solo puede salir de un sitio Vicepresidenta/ y es de lo que estáis/ de los que están ahí sentados/ ¿no?/ digo yo/ vamos
(27-06-11)

En las contadas ocasiones en las que el entrevistado se niega en rotundo a proporcionar la información demandada, transgrediendo abiertamente el principio de cooperación, el político se ve en la necesidad de fundamentar sólidamente esta decisión, si no quiere perder todo el prestigio y/o credibilidad ante los ojos de la audiencia. Para ello, la mejor estrategia consiste en escudar su comportamiento en el bien o el interés de la ciudadanía. De esta forma, el político se convierte en portavoz de los supuestos intereses de la audiencia:



- (18) ER: [cuénteme su versión] del incidente ¿qué pasó?
 EO: No/ yo ese favor no se lo voy a hacer al señor Revilla porque ni he hablado con él ni con su mujer
 ER: Pero no/ pero no es un favor/ ha salido/ ha trascendido [que usted tuvo una bronca con su mujer]
 EO: [no/ mire/ no/ mire/ no ha trascendido nada] él ha dicho lo que ha dicho y yo digo que no es cierto
 ER: Bueno/ ¿le ha enviado por cierto este papel? Lo digo porque es el currículum del señor Revilla que está también [muy dolido con un consejero suyo]
 EO: [me parece muy bien que] a usted le interese tanto lo del señor Revilla/ pero creo que los espectadores no les interesa
 ER: bueno/ no se lo hemos preguntado a cada uno/ quizás si se lo preguntamos [no sé/ no sé quién acertaría/ si usted o yo]
 EO: [no hay que preguntarlo] mire usted los comentarios
 ER: lo digo porque un consejero suyo dijo que se había hecho famoso gracias a los taxis y a las anchoas y es un representante político de nivel ¿está de acuerdo o no? ¿se equivocó su mujer?
 EO: que no voy a comentar eso// doña Ana// de ninguna de las maneras/ hay temas muy importantes en España y en el MUNDO para que vayamos a hablar de ese tema

(14-10-2010)

REFLEXIONES FINALES

En el medio televisivo español, la entrevista a representantes políticos ha derivado hacia una interacción de carácter no acomodaticio en la que el periodista intenta obtener informaciones veraces aun a costa de degradar la imagen social del invitado. Es más, el estilo incisivo y la utilización de la descortesía verbal como estrategia dirigida a evitar la evasión de preguntas comprometidas se han convertido en un factor identitario de este nuevo periodismo. Ante esta situación, el representante político utiliza diversos mecanismos en aras de restaurar su imagen social ante los millones de potenciales votantes. Entre ellos destaca el realce de la autoimagen, la minusvaloración de la opción política contraria, la utilización estratégica del rol desempeñado, el intento de imposición de la propia opinión, la descalificación del entrevistador y emisión de respuestas evasivas que pueden conducir a la transgresión del Principio de Cooperación. La identificación de las estrategias mencionadas es el primer paso en la determinación de la gestión de la imagen social de los políticos en el formato de la entrevista. La investigación realizada ha de completarse con un estudio mucho más detallado de los recursos lingüísticos empleados en su verbalización, así como con un análisis cuantitativo de estas estrategias que nos permita conocer su frecuencia de uso y, por ende, su representatividad en este evento comunicativo.

RECIBIDO: octubre de 2012. ACEPTADO: julio de 2013



BIBLIOGRAFÍA

- AIKHENVALD, Alexndra (2004): *Evidentiality*, Oxford: Oxford University Press.
- ARFUCH, LEONOR (1995): *La entrevista, una invención dialógica*, Barcelona: Paidós.
- BLAS ARROYO, JOSÉ LUIS (2001): «No digas chorradas... La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragmativariacionista», *Oralia* 4: 9-46.
- (2011): *Políticos en conflicto: una aproximación pragmático-discursiva al debate electoral cara a cara*, Bern: Peter Lang.
- BRAVO, DIANA (2003): «Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción», en DIANA BRAVO (ed.), *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE, La perspectiva no etnocéntrica de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*, Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 96-103.
- (2004): «Tensión entre universalidad y relatividad en las teorías sobre la cortesía» en DIANA BRAVO y ANTONIO BRIZ GÓMEZ (eds.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona: Ariel, 15-38.
- BRENES PEÑA, ESTER (2013): «Interviews as confrontation: el nuevo entrevistador televisivo», en CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ (coord.), *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros, 25-52.
- BROWN, PENELPE y STEPHEN LEVINSON (1987): *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge: CUP.
- BUCHOLTZ, MARY y KIRA HALL (2005): «Identity and interaction: a socio-cultural linguistic approach», *Discourse Studies* 7 (4-5): 585-614.
- CASERO RIPOLLÉS, ANDREU (2008): «Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante», *Estudios sobre el mensaje periodístico* 14: 111-128.
- CEBRIÁN HERREROS, MARIANO (1992): *Géneros informativos audiovisuales*, Ciencia 3: Madrid.
- CLAYMAN, STEVEN y JOHN HERITAGE (2002): *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*, Cambridge: Cambridge University Press.
- CORTÉS RODRÍGUEZ, LUIS y ANTONIO BAÑÓN HERNÁNDEZ (1997): *Comentario lingüístico de textos orales II. El debate y la entrevista*, Madrid: Arco Libros.
- CULPEPER, JONATHAN (1998): «(Im)politeness in dramatic dialogue», en JONATHAN CULPEPER (ed.), *Exploring the Language of Drama: From Text to Context*, Londres: Routledge, 83-95.
- (2005): «Impoliteness and entertainment in the television quiz show: 'The Weakest Link'», *Journal of Politeness Research* 1: 35-72.
- CULPEPER, JONATHAN, DEREK BOUSFIELD, ANNE WICHMANN (2003): «Impoliteness revisited: with special reference to dynamic and prosodic aspects», *Journal of Pragmatics* 35 (10-11): 1545-1579.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, FRANCISCO (2000): *Estrategias del diálogo. La interacción comunicativa en el discurso político-electoral*, Método ediciones: Granada.
- FUENTES RODRÍGUEZ, CATALINA (1993): «Claro: modalización y conexión», en PEDRO CARBONERO y CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ (eds.), *Sociolingüística Andaluza, 9. Estudios sobre el enunciado oral*, Sevilla: Publicaciones de la Universidad, 99-126.
- (1996): «Los adverbios modales», en CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ y ESPERANZA ALCAIDE LARA, *La expresión de la modalidad en el habla de Sevilla*, Sevilla: Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Sevilla, 15-259.



- (2000): *Lingüística pragmática y Análisis del Discurso*, Madrid: Arco Libros.
- (2006): «¿Cortesía o descortesía? La imagen del entrevistado vs. La imagen del entrevistador», *Cultura, lenguaje y representación* III: 73-88.
- (2009): «El análisis lingüístico desde un enfoque pragmático», *Estudios de Lingüística* 1: 63-102.
- (2013): «Identidad e imagen social», en Catalina FUENTES RODRÍGUEZ (coord.) *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros, 13-24.
- GALASINSKI, Dariusz (1996): «Pretending to cooperate. How speakers hide evasive actions», *Argumentation* 10(3): 375-388.
- GARCÉS, Pilar (2009): «Impolitenes and identity in the American news media: The Culture Wars», *Journal of Politeness Research* 5: 273-303.
- GOFFMAN, Erving (1967): *Interaction Ritual: Essays on Face-to-face Behavior*, Garden City, NY: Anchor/Doubleday.
- GRUPO VAL.ES.CO. (2003): «Un sistema de unidades para el estudio del lenguaje coloquial», *Oralia* 6: 7-61.
- HAVERKATE, Henk (1998): «La entrevista periodística. Análisis discursivo e interaccional», *Oralia* 1: 27-45.
- LORENZO-DUS, Nuria (2009): *Television discourse. Analysing language in the media*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- LLEDÓ CASTEJÓN, Pablo (2001): «La influencia de los debates electorales sobre la decisión de voto: el caso de mayo de 1993 en España», *Revista española de ciencia política* 5: 143-170.
- MARTÍN ZORRAQUINO, María Antonia (2001): «Marcadores del discurso y estrategias de cortesía verbal en español», en María Isabel MONTOYA RAMÍREZ (ed.), *La lengua española y su enseñanza*, Granada: Universidad de Granada, 55-74.
- MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando (1995): *La entrevista periodística desde el punto de vista conversacional*, Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- MIDDLETON, Russell (1962): «National TV debates and presidential voting decisions», *Public Opinion Quarterly* 26: 426-429.
- SPENCER-OATEY, Helen (2002): «Managing rapport in talk: using rapport sensitive incidents to explore the motivational concerns underlying politeness», *Journal of Pragmatics* 34 (5): 529-545.
- (2005): «(Im)Politeness, face and perceptions of rapport: unpackaging their bases and interrelationships», *Journal of Politeness Research* 1 (1): 113-137.
- (2007): «Theories of identity and the analysis of face», *Journal of Pragmatics* 39 (4): 639-656.
- (2008): «Face, (Im)Politeness and Rapport», en Helen SPENCER-OATEY (ed.), *Culturally Speaking. Culture, Communication and Politeness Theory*, London: Continuum, 11-47.
- VAN DIJK, Teun (2003): *Ideología y discurso: una aproximación interdisciplinaria*, Barcelona: Ariel.
- WEIZMAN, Elda (2006): «Roles and identities in news interviews: The Israeli context», *Journal of Pragmatics* 38(2), 154-179.

