

## EL DISCURSO PERIODÍSTICO POLÍTICO EN LA CREACIÓN DE ESTRUCTURAS PÚBLICAS DE SIGNIFICATIVIDADES

*María Dolores Montero Sánchez*

La idea de los medios de comunicación como agentes de socialización política ha estado presente directa o indirectamente desde los inicios de la investigación sobre la comunicación de masas, pero nunca ha constituido un tema preferente de análisis. Algunos estudios se han circunscrito a la infancia y adolescencia y se han desarrollado en torno a los efectos de la información política en sus diferentes formas. Sin embargo, ese referencialismo que remite el concepto de socialización política al ámbito de la juventud y de la información no ha podido explicar satisfactoriamente la complejidad del proceso. Ha sido en los últimos años, y sobre todo en el marco de los estudios sobre los efectos a largo plazo, cuando se ha concedido a la acción socializadora de los medios un valor central.

Las causas de la escasez de investigaciones son múltiples. Por un lado, la ausencia de definiciones comúnmente aceptadas acerca de los diferentes elementos que intervienen en la comunicación política; por otro, la dificultad de las investigaciones sobre los efectos a largo plazo, que obligan a poner en relación factores de muy diversa índole. Hace diez años, J. DANOWSKI y N. E. CUTLER (1977: 205) ya subrayaban respecto a esta escasez tres razones principales que a mi juicio siguen estando presentes: «1) las asunciones cuestionables acerca de la naturaleza del proceso de la comunicación de masas; 2) el uso inapropiado de los datos existentes; y/o 3) la aprensión ante la complejidad del proceso».

La socialización política se produce a lo largo de la vida de los individuos y a través de los diferentes tipos de productos culturales de los medios. Las esferas de lo político y no político se diluyen en los géneros de entretenimiento de prensa, radio y televisión, en la música, en las películas cinematográficas, etc. De la misma manera que los géneros de ficción e información se entremezclan en muchas ocasiones en la simulación de una misma realidad.

En mi opinión se trata de descartar la posibilidad de contemplar la acción de los

medios con respecto a la socialización política como una mera relación causa/efecto en las actitudes de la población o en el cambio de las mismas. Su influencia tiene lugar en el contexto global de las diferentes culturas políticas que coexisten en una misma sociedad, de las relaciones sociales y de otros muchos procesos de comunicación. Y es por este motivo que tampoco se puede hablar de una forma única de influencia, sino de múltiples maneras de aceptación o rechazo de las versiones que los medios de comunicación ofrecen acerca de las diferentes situaciones políticas y sociales en general.

Desde esta perspectiva me interesa remarcar dos aspectos importantes del proceso de la comunicación política vehiculada y mediatizada por los medios de comunicación de masas: en primer lugar, el proceso de construcción del discurso periodístico político, pues su configuración en el transcurso del tiempo tiende a enfatizar los elementos que las instituciones políticas consideran de relevancia pública para su legitimación. En segundo lugar, lo que denomino el proceso de *objetivación* de algunos de los elementos de ese discurso. Es decir, la forma en que los diferentes grupos sociales asimilan y reorganizan sus propios significados a partir de su experiencia y de sus vivencias de la realidad más inmediata y de la realidad mediada por los medios de comunicación.

### La acción discursiva de las instituciones políticas

Desde el punto de vista comunicativo cualquier sociedad posee su propio orden discursivo. Cada institución política o de otra clase, en tanto que sujeto social con identidad propia, construye formalmente su discurso. Pero, a la vez, constituye un ámbito de producción de discursos, en mayor o menor desacuerdo con el discurso formal.

A excepción de los discursos no públicos, que forman parte del secreto institucional, los *discursos formales* constituyen la generalización de los principios políticos, jurídicos, religiosos o de otro tipo y su concreción en una situación específica. Son, principalmente, una actualización de esos principios. En este sentido, la acción discursiva de las instituciones tiene una doble vertiente de reafirmación de los principios básicos y de legitimación continua de los mismos. Si contemplamos la institución u organización como ámbito de producción de discursos, se observa que éstos reflejan en última instancia la forma de autoridad y los mecanismos de control de la institución. Los *discursos informales*, por el contrario, son todos aquellos que, sin ser aceptados oficialmente, reflejan las disensiones y conflictos dentro de ella. Se convierten en discursos públicos en función de los intereses de los diferentes grupos institucionales o personas que participan de esa situación conflictiva. Unos y otros, discursos formales o discursos en mayor o menor desacuerdo con él, se generan a partir de unas estructuras de significado comunes y definidas en el marco de cada institución.

La acción discursiva formal de instituciones y organizaciones no remite únicamente al ámbito meramente lingüístico de declaración de principios, o planteamiento de sus actuaciones. El discurso incorpora además situaciones extralingüísticas que cristalizan en significados concretos dentro del propio discurso para establecer su marco de acción en una situación determinada. Constituyen una *definición* y, a la vez, una *regulación* (en su sentido más estricto de reglamentación) de la situación en la que se producen.

A este respecto es muy clarificadora la explicación de R. DEL ÁGUILA y R. MONTORO (1984: 16) sobre el concepto de discurso: «El discurso, y más concretamente el discurso político, no es tan sólo, ni siquiera lo es primariamente, *comunicación*. Es también, como hemos planteado anteriormente, medio de dominación y de poder social. El discurso ejerce, expresa, oculta y revela el poder; y hace todo esto en determinados espacios intersubjetivos, en espacios de acción comunicativa que, por lo general, no dependen de un acto de voluntad de los participantes en el diálogo (ya sean individuos o grupos). El discurso, y más aún el discurso político, suele ser el resultado de "relaciones de fuerza" que existen en el transfondo, en la realidad».

### La construcción del discurso periodístico político

Dado que el discurso procede de una situación específica, al tiempo que la construye, los diferentes tipos de instituciones u organizaciones crean diversos tipos de discursos que implican, a su vez, otras tantas formas de lectura. En este contexto, y dado que los medios se han constituido en «organizadores» del espacio comunicativo público, cabe preguntarse cuál es su acción específica con respecto al resto de instituciones políticas, de qué manera se convierten en mediadores de la construcción de esos discursos.

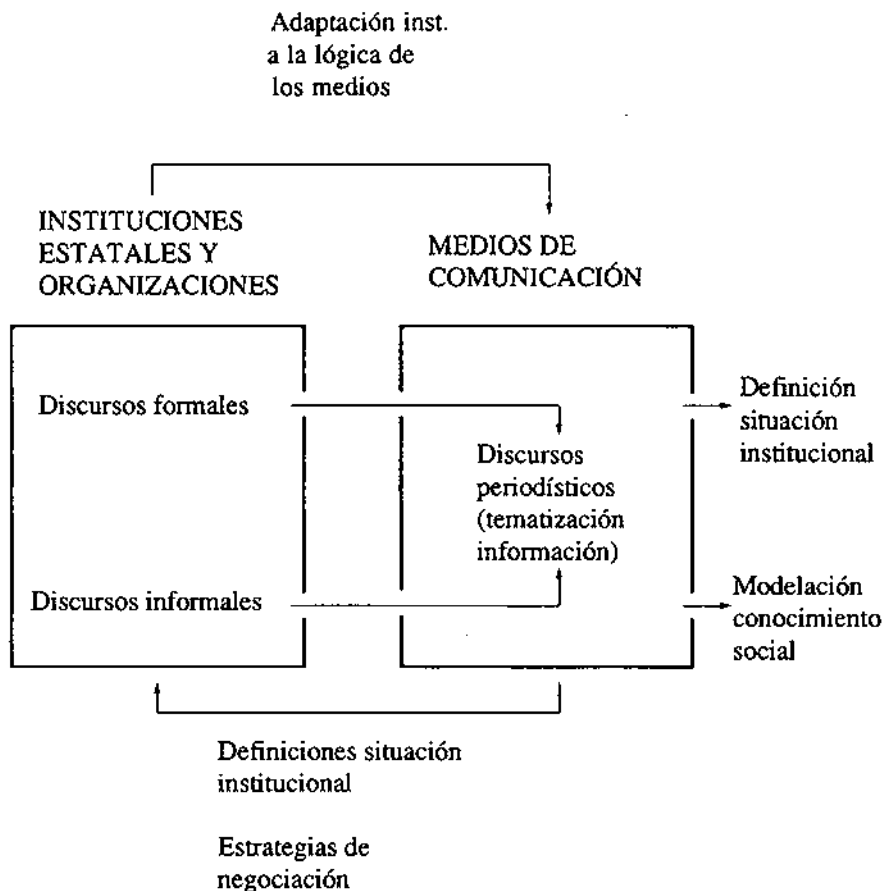
Se podrían contemplar aquí dos formas posibles de mediación: una, en lo que respecta a la *producción discursiva* de las instituciones políticas; otra, en lo que respecta a la *actualización concreta* de esos discursos.

La mediación en la producción discursiva se pone de manifiesto en lo que G. GROSSI (1983: 147) ha denominado «centralidad comunicativa de la actividad política»: «El político asiste pues a un crecimiento fuera de él no sólo de la complejidad social, sino también de la "sociedad de las informaciones": agregación, representación, decisión, gobierno, se hacen inconcebibles no sólo sin canales de comunicación, sino también sin estrategias informativas generales y opciones de verdadera política comunicativa. Parece, pues, razonable, y en absoluto paradójico, sostener que actualmente la vieja fórmula de la centralidad comunicativa de la comunicación de masas lanzada por algunos sociólogos y políticos en la primera mitad de los años setenta, debe ser sustituida por esta otra: la de la *centralidad comunicativa de la actividad política*».

Aunque G. Grossi habla en estos términos refiriéndose exclusivamente a los partidos políticos, a mi modo de ver, bien puede hacerse extensiva a las instituciones políticas en general *en lo que concierne a la producción de discursos públicos*. Subrayo aquí esta relativización porque me interesa remarcar que no considero pertinente en este caso la crítica del autor hacia lo que él denomina «una total reconversión de la política en discurso». Mi intención no es la de definir el discurso político en función de su presentación en los medios de comunicación, sino la de explicitar el papel de los medios como mediadores de los discursos políticos institucionales.

Esto quiere decir que en el proceso total de la comunicación política conviene diferenciar entre la producción de esos discursos y su tematización concreta en los medios, sometida a tensiones derivadas de las lógicas comunicativas de cada institución. El papel de los medios con respecto al proceso de comunicación política es, en este aspecto —el de la producción de discursos institucionales políticos—, el de aportar nuevas estrategias de negociación, definición y presentación de los universos simbólicos de cada institución.

Por otro lado, la mediación en lo que respecta a la actualización concreta, es decir, la tematización de los discursos políticos, se produce, como he apuntado, por la propia acción discursiva de los medios de comunicación. Se puede hablar entonces de *discursos periodísticos*. El discurso periodístico parte de sus propios principios, expresados idealmente en su independencia y objetividad e imparcialidad de la información y de los principios de la empresa. Actúa como estructurador y ordenador de los contenidos aportados por el resto de discursos institucionales y sociales en general. Se genera por la serialidad, repetición y acumulación de textos noticias, reportajes, entrevistas, informes, etc.— acerca de la realidad y coexiste con otros tipos de discursos —reproducción íntegra de textos legales, etc. Y también por los criterios de contextualización de esos textos en el seno de secciones o bloques informativos que le conceden mayor o menor relevancia.



El periodista, artífice del discurso periodístico, valga la redundancia, posee su propio conocimiento acerca de la realidad, pero se somete a las estructuras de significatividad impuestas por su conocimiento profesional. Es decir, lo que permite considerar un suceso como «noticiable» y las formas de tematización de tales sucesos. El discurso periodístico se construye a partir de otros discursos. J. HARTLEY (1982: 8) expresa muy bien esta idea cuando hace referencia a las noticias: «La noticia es una institución social y un discurso cultural que existe y tiene significado sólo en relación con otras instituciones y discursos que actúan a la vez. No se puede entender al margen de ellos, y la gente que realiza las noticias tiene que adaptar sus actividades a un sistema complejo de interrelaciones sociales».

A mi modo de ver, la acción de los medios de comunicación de masas sería la de generar un «micro-orden discursivo» a la manera que describe J. M. PÉREZ TORNERO (1986: 441-442) las «formaciones discursivas» particulares de los diferentes momentos históricos de la sociedad y que se establecen a partir de lo que este autor ha denominado «memoria intertextual»: «Ahora bien, si tuviéramos que especificar el carácter de esa *memoria* diríamos que ésta consistiría, fundamentalmente, en un saber *metadiscursivo*, *metatextual* y *metacomunicativo*. Al igual que la primera función de una memoria (personal o informática...) es clasificar, la memoria de la que hablamos es un saber-hacer clasificatorio, sistematizador. Aprehende un mensaje poniéndolo en relación con otros, dándole curso hacia otros y descontextualizándolo de algunos. Es un metadiscurso que asimila y procesa y con ello va construyendo un saber generativo (la memoria llevada a la práctica)».

### La creación de estructuras públicas de significatividades

Como agentes de socialización política, los medios de comunicación actúan junto a otros agentes como la familia, instituciones educativas, políticas (partidos, gobierno) relaciones interpersonales, etc., con los cuales pueden o no entrar en contradicción. Como apunté al principio, su acción no remite sólo a los contenidos políticos sino a los diferentes productos culturales que ofrecen al público. R. E. DOWSE y J. A. HUGHES (1972: 230) expresan muy bien esta idea cuando explican: «Estamos también interesados en el efecto de los agentes de socialización manifiestamente no políticos que generan actitudes y un comportamiento con consecuencias políticas. Por ello, un elemento importante a tener en cuenta es que gran parte de la socialización política es no-política en sus orígenes, y latente en su proceso».

El discurso periodístico político nos ofrece su versión de los acontecimientos generados a diario por la vida política. No se construye a partir de la evolución de la información o de sus actores en los sucesivos textos periodísticos. Pero tampoco a partir de la posible lógica planteada por la realidad del proceso político. A corto plazo procede a la definición de la situación política actual, de la situación de las instituciones, sus prioridades y actores principales. Y también de los acontecimientos críticos que pueden suponer una mayor o menor ruptura con la situación anterior. Es decir, se constituyen además en definidores potenciales de las nuevas situaciones.

A largo plazo actúa como contexto de sentido para los nuevos acontecimientos y les otorga una mayor o menor relevancia. Por el hecho de su repetición permite una generalización de lo «político» donde se engloba todo lo que se considera públicamente relevante. Crea estructuras de significación que tipifican los actores sociales colectivos según su mayor o menor integración en el sistema político. No

constituye solamente estereotipos de esos actores sociales y sus posibles acciones, sino que definen una estructura de comprensión del universo político global. Tal como plantea la «teoría de la construcción del temario», los medios no nos dicen lo que tenemos que pensar, sino en qué. Además, yo añadiría que el discurso periodístico nos propone cómo pensar en esos temas de la información.

Los procesos de circulación de la información a corto plazo dan lugar en algunos casos a un influencia directa de los medios en torno a cuestiones concretas y puntuales. A largo plazo, la *objetivación* de los elementos de la información hace que persistan en el tiempo y pasen a formar parte de las estructuras de significatividades comunes a la sociedad para la comprensión del presente, del pasado y también del posible futuro inmediato. Se puede pensar, en este sentido, en un tipo de influencia que cristaliza en la construcción de significados aceptados por grupos amplios de la sociedad y relevantes para sus actitudes ante la situación política del presente.

Así, las estructuras de significación que se desprenden del contenido de los medios, solo se constituyen definitivamente en *estructuras públicas de significatividades* en la medida en que son aceptadas socialmente. Esto quiere decir, ante todo, que dependen de otros procesos de comunicación ajenos a los medios y del tipo de información a la cual remiten. En líneas generales cabe suponer que a un mayor conocimiento directo por parte de los ciudadanos acerca de la realidad de la que se informa se produce una comprensión más concreta y, por tanto, una mayor posibilidad de problematización del contexto en el que se presenta. Al contrario, un menor conocimiento de esa realidad supone una comprensión genérica de la situación global y una dependencia o aceptación más o menos forzosa de los términos en los que se describe.

En definitiva, las estructuras públicas de significatividades organizan la adquisición y sedimentación de nuevos conocimientos y estructuran la forma en que interpretamos el mundo social.

Desde este punto de vista, la cultura política se convierte en un factor determinante de la objetivación de la información seleccionada y tematizada por los medios. Pero, al mismo tiempo, dicha objetivación también forma parte de esa cultura y, en consecuencia, se convierte en uno de los factores determinantes de la socialización política. Es a mi modo de ver desde esta perspectiva que se puede considerar el papel de los medios como agentes de socialización y modeladores del conocimiento.

Es, en este aspecto donde se revela más claramente la asimetría del proceso global de la comunicación de masas: los medios se comportan como mediadores de los discursos institucionales políticos, y a la vez, como modeladores del conocimiento en la sociedad. Los posibles planteamientos ideológicos subyacentes al discurso periodístico se convierten en asunciones rutinarias y dadas por presupuesto que inducen a contemplar los problemas sociales ya desde una perspectiva ideologizada.

- ÁGUILA, R. & MONTORO, R. (1984); *El discurso político de la transición española*, Centro de Investigaciones Sociológicas - Siglo XXI, Madrid.
- DANOWSKI, J. & CUTLER, N. E. (1977); «Political Information, Mass Media Use in Early Adulthood and Political Socialization: Seeking Clarity Through Cohort Curves» (1977); HIRSCH P. M., MILLER P. V. & KLINE F. G. (eds.) (1977), pp. 205-229.
- DOWSE R. E. & HUGHES. J. A. (1972); *Sociología política*, Alianza Editorial, Madrid 1975.
- GROSSI, G. (1983); «La comunicación política moderna: entre partidos de masa y mass-media» M. DE MORAGAS (ed.) (1985), vol. IV, pp. 144-164.
- HARTLEY, J. (1982); *Understanding News*; Methuen, Londres.
- HIRSCH, P. M., MILLER, P. V. & LINE, F. G. (eds.) (1977); *Strategies for communication research*; Sage, Beverly Hills, California.
- MORAGAS, M. DE (ed.) (1985); *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gili, Barcelona, 4 vols, tercera edición ampliada.
- PÉREZ TORNERO J. M. (1986); «Comunicación pragmática: algunas de las dificultades de la sociosemiótica»: VV.AA., *Investigaciones Semióticas*, I, pp. 429-442
- VV.AA. (1986); *Investigaciones semióticas I*. Actas del I Congreso de la Asociación Española de Semiótica, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

**Resumen**

La construcción del discurso periodístico político y la creación a largo plazo de estructuras públicas de significatividades aparecen como dos momentos importantes del proceso de comunicación política vehiculada por los medios de comunicación de masas.

El discurso periodístico se analiza como el resultado de la interacción entre la acción discursiva de las instituciones y organizaciones políticas y su tematización a partir de la lógica comunicativa de los medios.

Las estructuras públicas de significatividades se contemplan como la objetivación de los elementos de la información que persisten en el tiempo. Son estructuras de significados que inducen a contemplar el pasado, presente y futuro de la sociedad desde un óptica determinada.

**Palabras clave:** efectos a largo plazo, comunicación política, socialización política.

**Nota biográfica**

Profesora de la Facultat de Ciències de la Informació. Universitat Autònoma de Barcelona.