

RALED

VOL. 18 (2) 2018



ARTÍCULO

Ironía y descortesía en los debates radiales en Chile: estrategias discursivas para ganar prestigio

Irony and impoliteness in the radio debates in Chile: discursive strategies to win prestige

VALENTINA PROUST

Pontificia Universidad Católica de Chile
Chile

Recibido: 13 de agosto de 2018 | Aceptado: 6 de octubre de 2018

RESUMEN

En el contexto de los estudios pragmáticos, este artículo estudia el uso de la descortesía en las interacciones de candidatos y periodistas en los debates radiales, como parte de la construcción y negociación de la imagen social. De forma particular, se analiza su manifestación en la ironía, como uno de los tipos de estrategias discursivas para hacer frente a lo político y lo polémico en el debate. El principal objetivo es identificar el rol que desempeña la ironía en este género y los efectos que provoca en los interlocutores a través de las marcas textuales.

PALABRAS CLAVE: *Descortesía, ironía, radio, debates electorales chilenos.*

RESUMO

No campo dos estudos pragmáticos, este artigo estuda o uso da descortesia em interações de candidatos e jornalistas em debates radiofônicos como parte da construção e negociação da imagem social. De um modo particular, analisa-se sua manifestação em ironia, como um dos tipos de estratégias discursivas para lidar com o político e o controverso em debates. O objetivo principal é identificar, através das marcas textuais, o papel que a ironia desempenha neste gênero e os efeitos que causa nos interlocutores.

PALAVRAS CHAVE: *Descortesia, ironia, rádio, debates eleitorais chilenos.*

ABSTRACT

In the context of pragmatic studies, this article studies the use of impoliteness in the interactions of candidates and journalists in radio debates, as part of the construction and negotiation of the social image. In particular, its manifestation is analyzed in the use of irony, as discursive strategy to deal with the political and the controversial in the debate. The main objective is to identify the role that irony plays in this genre and the effects it causes on the interlocutors, through the textual marks.

KEYWORDS: *Impoliteness, irony, radio, Chilean electoral debates.*

Introducción

La radio es el medio de comunicación que cuenta con mayores niveles de credibilidad en Chile (Plaza Pública CADEM 2017), y su importancia en la sociedad ha trascendido a lo largo de los años a pesar de la aparición de nuevas tecnologías digitales. Entre los elementos que la caracterizan y han hecho de ella un medio popular se encuentra su gran oferta de programación, la cual combina espacios informativos, de conversación y entretenimiento. Recientemente, el medio radial vivió la inclusión de un nuevo género en su parrilla programática: los debates políticos electorales. Estos comenzaron a ser desarrollados por primera vez en Chile en junio de 2017, en el marco de las primarias presidenciales de las coaliciones Chile Vamos y Frente Amplio. En esta primera versión, los debates imitaron el formato televisivo del género, con un panel de periodistas que realiza preguntas a cada uno de los candidatos, además de contar con una instancia de interpelaciones entre los mismos.

Producto de la naturaleza mediática y polémica del debate radial, las interacciones entre los interlocutores se transforman en un campo de batalla, en el que cada participante busca defender su imagen y destruir la del adversario por medio de un trabajo de negociación. Como consecuencia de esta dinámica, se puede vincular el discurso de los candidatos y periodistas con las estrategias de descortesía, entendidas como aquellas emisiones intencionales, gratuitas y conflictivas que amenazan la imagen de un otro (Bousfield y Locher 2008). Como el debate se rige por las reglas de moderación, no es fácil llevar a cabo los actos descorteses sin atentar contra la propia imagen. La ironía, como manifestación de la descortesía, se transforma en el recurso más estratégico para estos fines, debido a su calidad de acto indirecto y a la gran aceptación social que recibe, entendida como un signo de astucia por parte del hablante.

A partir de un estudio discursivo, esta investigación pretende identificar el rol que desempeña la descortesía en el debate radial durante el proceso de negociación de la construcción de la imagen social de los candidatos y periodistas y, específicamente, su manifestación en la ironía. Esto con el fin de dar cuenta de su uso como estrategia lingüístico-discursiva y de los efectos que provoca en el desarrollo de la interacción.

Como objetivos específicos, en primer lugar, se pretende describir la construcción discursiva de las interacciones que se desarrollan en el debate. En segundo lugar, identificar de manera preliminar los tipos de enunciados en los que se manifiesta típicamente la descortesía, emitidos tanto por los periodistas como por los candidatos. Y en tercer lugar, se busca reconocer los elementos lingüísticos del discurso que contribuyen a reforzar el efecto de la ironía.

1. Fundamentos teóricos

1.1. El debate político electoral

El discurso político se constituye como un género en sí mismo (Bañón 2005; Blas Arroyo 2009), el cual, como parte del macro-género del discurso agonial-conflictual, se caracteriza por cargar con ideologías (Van Dijk 1996) y llevarse a cabo en un contexto oral planificado, con el fin de intercambiar ideas acerca de lo público y lo común (Montero 2011). Su estudio ha sido ampliamente desarrollado desde el Análisis Crítico del Discurso, en el que destacan autores como Bolívar y Álva-

rez (2004), Charaudeau (2009) y Wodak (2009), quienes han puesto énfasis en la persuasión y en el efecto que provoca el ejercicio del poder en el discurso.

Entre las manifestaciones del discurso político se encuentra el subgénero del debate político electoral, que se caracteriza por la participación de dos o más candidatos, un moderador y, opcionalmente, periodistas que realizan rondas de preguntas (Blas Arroyo 1998; Téllez, Muñiz y Ramírez 2010). Sus objetivos principales son la defensa de la propia imagen ante la audiencia y el ataque a la imagen social de los adversarios (Blas Arroyo 2009). La imagen que los interactuantes trabajan a lo largo del debate corresponde al valor social positivo que reclaman para sí mismos (Goffman 1970), compuesto por el deseo de ser valorados por los demás (imagen positiva) y de tener libertad de acción (imagen negativa) (Brown y Levinson 1978; Haverkate 1994).

A pesar de tratarse de instancias controladas, en estos discursos, producidos en contexto electoral, es imposible prever la reacción de los participantes ante cada intervención, por lo que el candidato debe estar constantemente reconstruyendo sus estrategias dialécticas (García Pastor 2006). Esto provoca que se produzcan interrupciones interrogativas por parte del adversario o quienes plantean las preguntas (Blas Arroyo 2009), rompiendo el sistema de turnos preestablecido.

El aspecto político del debate se asocia con el concepto de la polémica. Vinculada desde su origen etimológico a la noción de batalla —*polémikos*, como “relativo a la guerra” (Tannen y Barté-Kraan 1999) —, la polémica implica que la interacción verbal se transforma en una lucha entre los interlocutores en la que, por medio de estrategias y violencia, se busca disminuir la imagen del otro. En ella predominan las actitudes agresivas y la descalificación para sostener un punto de vista (Escudero 1988) y destruir al contrincante por medio de argumentos *ad hominem* (Amossy 2014).

1.2. Teoría de la descortesía

La combinación entre lo político y la polémica hace de los debates electorales un género altamente violento y no colaborativo, provocando en los participantes la sensación de encontrarse en un campo de batalla, donde es necesario defender la propia opinión y lograr que el adversario abandone la suya (Blas Arroyo 2001). Estos comportamientos no cooperativos caracterizan uno de los principales recursos lingüísticos que sirven de estrategia discursiva para el debate: la descortesía.

La definición de descortesía se encuentra ligada desde su origen a la cortesía, por lo que es necesario entender en primer lugar este concepto. Desde fines de la década de 1970, inspirados por el trabajo de Brown y Levinson (1978), muchos estudios pragmáticos estuvieron enfocados en este fenómeno, en desmedro de la descortesía. Entendida como una estrategia conversacional, la cortesía surge ante las amenazas a la imagen social, buscando evitar conflictos entre los interactuantes para salvaguardar el equilibrio entre las imágenes (Brown y Levinson 1978; Locher y Watts 2013). Su foco no se encuentra en el contenido de la interacción, sino en la forma en que es presentado y su efecto en los interlocutores (Locher 2012), operando como el principio regulador de la distancia social (Leech 1983).

Debido a que el foco de los primeros estudios de la cortesía estuvo puesto en normas de interacción social, durante muchos años la descortesía fue dejada en segundo plano. Inicialmente, se entendía por ella un acto de falta de educación (Escandell Vidal 1996), cuya manifestación se daba ante la ausencia de un marco de cortesía (Kerbrat Orecchioni 2004) o se la asociaba con comuni-

cación interpersonal hostil, agresiones verbales o lo grosero (Culpeper 2011; Culpeper y Hardaker 2017). Recién durante la década de 1990 los investigadores comenzaron a interesarse por su estudio como fenómeno independiente.

La definición de descortesía que se toma para esta investigación corresponde a los actos amenazantes emitidos de forma gratuita, intencional y conflictiva hacia la imagen del otro (Bousfield y Locher 2008). Los insultos son la forma tradicional en que esta se manifiesta en los intercambios cotidianos (Zimmermann 2005), pero también se da en la ironía, las críticas y los argumentos emocionales. Una de las principales propuestas para su estudio es la que entrega Culpeper (2016) a partir de la identificación de seis superestrategias de descortesía: (1) descortesía descarnada: amenazas directas en situaciones en que no es relevante la imagen; (2) estrategias positivas: buscan dañar la imagen positiva del interlocutor; (3) estrategias negativas: quieren dañar la imagen negativa del interlocutor; (4) descortesía encubierta: busca que no se le pueda atribuir al emisor la intención dañina; (5) ausencia de cortesía: no se presentan las estrategias corteses en un contexto esperado; y (6) sarcasmo o burla: la amenaza es hecha con recursos corteses de forma insincera.

Las dinámicas de la descortesía, basadas en la agresividad y el trabajo de imagen, sirven como una herramienta discursiva para los intercambios comunicativos del poder político, funcionando como un mecanismo de acceso al poder (Bolívar y Álvarez 2004). En el caso del debate político, el acto de preguntar se constituye como un arma de control que busca poner en evidencia a los candidatos y disminuirlos (Blas Arroyo 2010).

1.3. Ironía como estrategia de ataque

La ironía es una de las manifestaciones más comunes de la descortesía y posee una fuerte carga de agresividad (Valente 2017). Desde la tradición clásica, la ironía ha sido definida como una figura retórica, cuya intención es significar lo contrario de lo que se dice (Ruiz, Marimón, Padilla y Timofeva 2004). El problema recae en que existen enunciados irónicos que no cargan con una contradicción implícita, sino que solo portan un significado diferente (Alvarado 2005). Como consecuencia, la ironía no expresa una oposición al enunciado, sino una gama de significación que no necesariamente niega el contenido (Brenes 2012). Bajo esta concepción, surgen dos perspectivas de estudio: la ironía ecoica de la teoría de la relevancia (Wilson y Sperber 1992) y la teoría neograceana, que reformula algunos de los elementos del principio de cooperación de Grice, adoptada por el grupo GRIALE (Alvarado 2006; Ruiz 2009; Fuentes Rodríguez 2013). Para efectos de este trabajo, se utilizará esta segunda propuesta, debido a la productividad de sus herramientas de análisis.

Los postulados neograceanos parten desde la teoría de las máximas conversacionales y el principio de cooperación. Según Grice (1975), la ironía rompe con la máxima de cualidad, pero no con el fin de engañar al interlocutor, sino como una burla a las máximas. El problema de la propuesta de Grice está en su aplicabilidad, ya que no funciona para todos los enunciados. Levinson (2000) retoma y modifica estos principios, centrándose en tres máximas: cantidad (no dar información más débil que el conocimiento de mundo que se tiene), informatividad (dar la información mínima suficiente) y manera (situación normal con expresiones no marcadas). El autor propone el principio de inversión, en que la interpretación del enunciado ocurre invirtiendo el principio de cooperación. En el caso de la ironía, esta surge desde la violación de la máxima de cualidad. Este postulado ha

sido recogido en los últimos años por el proyecto GRIALE de la Universidad de Alicante en España, cuyos integrantes proponen la identificación de marcas para estudiar la ironía, basados en los trabajos de Muecke (1978) y Schoentjes (2003).

Cuando la inversión irónica afecta la máxima de cantidad, hay un efecto negativo con la aparición de cuantificadores, encomiásticos o sufijos diminutivos. Cuando afecta la máxima de informatividad, se muestra en las relaciones semánticas, y cuando afecta la máxima de manera, la fraseología y figuras retóricas activarán las inferencias (Ruiz 2009). Además, el análisis de las marcas textuales no solo debe tomar en cuenta el contexto lingüístico, sino también el contexto situacional y sociocultural (Alvarado 2006), el cual influye en la interpretación del interlocutor. Las principales marcas mediante las que se puede reconocer la ironía son la puntuación, las palabras alerta, la colocación anómala de adverbios –el uso de adverbios en una posición no usual en la cláusula–, repeticiones, yuxtaposiciones, evidenciaciones, reinterpretación de unidades fraseológicas, figuras literarias como litotes, hipérbole y oxímoron, oraciones coordinadas y sintagmas nominales modificados por un adjetivo (Ruiz *et al* 2004; Alvarado 2006; González 2016).

La ironía se transforma en uno de los recursos argumentativos más rentables para provocar un daño en la imagen del otro (Attardo 2013). La aparición de esta estrategia lingüística rompe con la forma esperada en la que se deberían llevar a cabo los intercambios en el debate (Flores e Infante 2009), sirviendo como arma para atacar la imagen del adversario, sin que este sepa cómo enfrentar la amenaza.

2. Metodología

2.1. Selección y descripción del corpus

Para el desarrollo de esta investigación se optó por escoger el debate de la coalición Frente Amplio, uno de los dos debates radiales emitidos en junio de 2017, con el fin de realizar un análisis cualitativo en profundidad que permita dar cuenta de cómo se presenta la descortesía y de su productividad en el género. El Frente Amplio es un movimiento político joven, fundado en 2017 por partidos de izquierda y liberales igualitarios, y el debate analizado fue una de las primeras instancias de enfrentamiento entre candidatos de la coalición. La justificación de su elección radica en que no hay estudios previos en torno a las dinámicas discursivas de Frente Amplio ni expectativas acerca del desarrollo de los intercambios entre sus candidatos.

El corpus de análisis consiste en la transcripción del audio del debate de Frente Amplio, emitido el 28 de junio de 2017, en una transmisión conjunta entre cinco radios chilenas: Cooperativa, Universidad de Chile, Agricultura, ADN y Digital FM. Los candidatos en debate son Beatriz Sánchez y Alberto Mayol, ambos presentándose por primera vez a una elección presidencial. Los periodistas que forman parte del panel de preguntas son Rodrigo Vergara (Cooperativa), Felipe Pozo (Universidad de Chile), Pilar Molina (Agricultura), Myrna Schindler (ADN) y Gonzalo Araya (Digital FM).

El audio, extraído desde YouTube, tiene una duración de una hora y seis minutos, y está compuesto por 16 momentos de interacción de tres minutos y 30 segundos cada uno, de los cuales doce corresponden a interacciones entre los candidatos y los periodistas, y cuatro a interacciones entre los mismos candidatos. Para su transcripción se realizó una adaptación del sistema VAL.ES.CO, usando solo los signos atinentes al objeto de estudio de esta investigación.

2.2. Pasos de análisis

Debido a que no existe una metodología estandarizada para poder analizar la presencia de la descortesía y la ironía en un discurso, se construyó para esta investigación una matriz de análisis basada en el trabajo de Culpeper (2011; 2016), Culpeper y Hardaker (2017) y el Grupo GRIALE (Alvarado 2006; Ruiz 2009; Fuentes Rodríguez 2013). El trabajo del corpus consiste en un análisis cualitativo de corte descriptivo y exploratorio a partir del estudio de la descortesía y la ironía. En cuanto a la descortesía, el análisis consiste en su identificación en los intercambios. Se entenderá por descortesía aquellos enunciados emitidos de forma intencional, que tienen por objetivo provocar una amenaza a la imagen social de otro, de forma directa o indirecta. Para ello, se procede a identificar la presencia de descortesía en los enunciados y establecer su contexto lingüístico de aparición (pregunta, contra pregunta, interrupción o al interior de un monólogo).

Luego, se procede a realizar el análisis de la ironía como estrategia discursiva. Para entender la ironía, se toma la postura pragmática neograciana de Levinson (2000) y la propuesta del grupo GRIALE: la inversión del requisito de cualidad en un acto comunicativo, que repercute en las máximas de cantidad, informatividad y manera, cuya presencia se identifica por medio de los marcadores lingüísticos. Su objetivo es amenazar la imagen social del otro, utilizando una fuerte carga de agresividad.

Para el análisis de la ironía se establecen las siguientes etapas: identificar si el enunciado descortés califica o no como ironía, describir las marcas lingüísticas que caracterizan al enunciado irónico (descritas por el grupo GRIALE) y describir las reacciones en los interlocutores tras la aparición del enunciado. En base a las reacciones presentadas, identificar si estas corresponden a una respuesta directa al enunciado irónico, de qué forma se manifiesta esta respuesta (ataque, contra pregunta, ironía, silencio prolongado) y cuáles son sus consecuencias en el desarrollo de la comunicación.

3. Análisis de resultados

3.1. Identificación de la presencia de la descortesía

Dentro de las 16 interacciones analizadas, se identificaron 34 instancias en las que los participantes utilizaron la descortesía como estrategia discursiva. Estas fueron realizadas principalmente por periodistas, en un total de 20 casos, mientras que los 14 restantes fueron hechos por los candidatos. A pesar de que no todos los participantes del debate hicieron uso de la descortesía, fue un recurso que se manifestó de forma transversal en relación con el género, la edad y el rol de los interlocutores.

Los roles ejercidos en el debate permiten explicar por qué cada interlocutor opta por utilizar la descortesía o no. En el caso de los periodistas, estos se posicionan como una figura de autoridad ante los candidatos, buscando que den respuestas que permitan informar a la población, por lo que su ataque amenaza la imagen social de estos. En cambio, los candidatos se encuentran en un rol más vulnerable, ya que no solo están siendo observados por los periodistas, sino que la audiencia está atenta a ellos y a su desplante en el debate. Producto de esto, los candidatos deben cuidar su imagen y sortear las amenazas de la mejor manera posible. De acuerdo a García Pastor (2006) la carga social negativa que conlleva el uso de la descortesía en el debate tiene un efecto perjudicial en los candidatos, pudiendo ser percibidos por la audiencia como sujetos agresivos, lo cual permitiría

explicar por qué la evitan para atacar a un adversario o a un periodista. Por lo tanto, el uso que los candidatos hacen de la descortesía toma la forma de una estrategia de autodefensa ante la amenaza del adversario.

A partir del análisis de las interacciones, se identificó que la descortesía se manifiesta principalmente en enunciados que son formulados por los periodistas y que contienen preguntas por datos o cifras.

(1) “MS: ¿Usted sabe cuánto vale el 20% de ENEL?”

En el caso (1), la pregunta tiene como fin que el candidato entregue un dato concreto (el valor de la empresa ENEL), el cual, si bien puede tener relevancia en el contexto de la interacción (se está discutiendo la participación del Estado en las empresas chilenas), no es información que el candidato deba necesariamente manejar en esta instancia comunicativa. Tomando como base el funcionamiento de las preguntas al interior de los debates (Fuentes Rodríguez 2006; Blas Arroyo 2009), se puede indicar que, con este tipo de enunciados, los periodistas buscan dejar en evidencia el conocimiento y las capacidades del candidato, afectando la percepción que la audiencia tenga de este.

Además de la construcción de las preguntas, se observa que la descortesía se manifiesta de forma constante en las interrupciones y el apoderamiento de los turnos de habla a lo largo del debate. A pesar de que la dinámica oral provoca que las interrupciones entre participantes sean algo esperable, la planificación de los turnos de habla del género provoca que sean percibidos como descorteses (Fuentes Rodríguez y Alcaide 2008).

(2) “RV: Despenalizarlo?”

BS: [solo]

RV: [Perdón] §

BS: §[solo solo]

RV: [Despenalizarlo?]

BS: [solo solo] para [completar]

RV: [o legalizarlo] derechamente?”

En el caso del enunciado (2) el periodista no deja que la candidata responda a la pregunta que se le ha planteado y la interrumpe para alzar su voz, mientras que ella intenta imponerse sin éxito. Por medio de este recurso, el periodista daña la imagen negativa de la interlocutora y desestabiliza su posición en el discurso: el periodista, al romper las reglas del debate y apoderarse del turno de habla, minimiza el rol de la candidata, lo cual tendrá un impacto posterior en la construcción de su imagen social.

3.2. Presencia de ironía

Del total de interacciones descorteses emitidas, se identificó que más de la mitad corresponden a ironías (19 casos), las cuales aparecieron principalmente en las emisiones hechas por los candidatos (10 casos). Una posible explicación se vincula nuevamente al rol del periodista y del candidato en el debate. Como indica Fuentes Rodríguez (2006), el periodista tiene el control de la situación y

es quien planifica el desarrollo de la interacción, por lo que sus actos de habla se manifiestan como pregunta-examen. Estos tipos de actos de habla son, en su gran mayoría, directos, ya que apuntan a obtener una respuesta por parte del interlocutor, dejando menos espacio a la manifestación de la ironía. Como se ve en (3), el periodista emite una pregunta en un acto de habla directo, en el que el contenido del enunciado coincide con lo que el emisor desea comunicar, exigiendo una respuesta de sí o no:

(3) “RV: Va a impulsar un proyecto de aborto libre/ sí o no?”

En cambio, las intervenciones que son realizadas por los candidatos se caracterizan por ser las respuestas a estas preguntas, en las cuales hay más posibilidades de jugar con los recursos discursivos y la aplicación de los actos de habla que identifican a la ironía. El aspecto indirecto de la ironía la transforma en una estrategia que permite provocar una amenaza a la imagen del adversario, sin que se refleje la intención del emisor, generando menos daño a la propia imagen. El enunciado (4) forma parte de la interacción entre los dos candidatos, quienes discuten acerca del proceso de primarias de la coalición y las disputas que hubo en este. En el ejemplo indicado, Mayol encara a su adversaria y quiere darle a entender que fue él quien propuso el camino a las primarias, por medio del acto de habla indirecto:

(4) AM: “¿Y quién quería ir a las primarias? / ¿Te acuerdas quién quería ir a las primarias?”

Dentro del análisis de la manifestación de las ironías, se identificaron casos en que estas toman forma en enunciados interrogativos, principalmente contra preguntas para cuestionar el conocimiento del adversario. Esto se evidencia en el ejemplo (5), donde la periodista contra pregunta de forma irónica al candidato, como forma de cuestionar de modo burlón la afirmación de este. Esta interacción se sitúa en el momento en que la periodista le pregunta a Mayol acerca de su postura sobre la expropiación en Chile y cómo esto sería aceptado por el sector empresario y la oposición política:

(5) “AM: Yo veo a la derecha apoyando un proceso de expropiación
MS: ¿Sí?”

El “¿Sí?”, que en primera instancia parece tomar forma de pregunta confirmativa (Blas Arroyo 2009), trabaja como acto de habla indirecto irónico, que encierra en sí el cuestionamiento a los dichos del candidato y, al mismo tiempo, una burla sobre su creencia de que la derecha chilena apoyaría un proceso de expropiación. La interpretación requiere del conocimiento contextual de la política chilena, ya que es el choque ideológico entre la posición del candidato y los partidos de derecha lo que llama la atención y provoca la burla.

3.3. Identificación de marcas lingüísticas de la ironía

Dentro de las marcas que permiten la identificación de la ironía, las palabras alertas, que funcionan como un llamado de atención dentro del enunciado, fueron el recurso que se presentó de manera más recurrente en el debate. Dentro de las que describe el grupo GRIALE (Ruiz *et al.* 2004; Alva-

rado 2006) se encuentran las palabras fuera de su registro y los encomiásticos o adjetivos valorativos. Sin embargo, uno de los hallazgos que se pudo identificar en este análisis fue la aparición de pronombres personales que cumplen la función de alerta.

- (6) “AM: ¿Usted sabe cuál es la deuda de Estados Unidos cuando habla de la deuda de Chile? ¿Sabe cuál es la deuda de Estados Unidos? / ¿Cuánto aumentó la deuda en el gobierno de Obama/ sabe?”.

A lo largo de todas las interacciones entre Alberto Mayor y Pilar Molina, el candidato ha usado el nombre de pila de la periodista y el tuteo para referirse a ella. La aparición de (6) marca un quiebre en el intercambio, desde el cual el candidato pasará a tratarla de “usted”, lo que funciona como un foco de valoración negativa en torno a la figura de la periodista, producto del distanciamiento que se establece entre ambos. Se utiliza para llamar la atención tanto de la audiencia como de la periodista, acentuando la idea de que ambos son diferentes entre sí y que es ella quien no posee el conocimiento suficiente para la interacción.

Además del “usted” como manifestación de las palabras alerta, se identificó el uso del pronombre “todos” y el deíctico “aquí” con el mismo objetivo. Ambos recursos lingüísticos apelan a realizar un foco al interior del enunciado, entregando pistas para la interpretación que los receptores deben hacer del mensaje.

- (7) “AM: pero resulta que aquí las deudas/ a todos nos cobran las deudas”.

El ejemplo anterior viene precedido por la denuncia por parte del candidato de que el diario El Mercurio no está pagando deudas históricas con el gobierno de Chile. El “aquí”, como deíctico espacial, hace referencia a Chile, funcionando como un elemento para recalcar que, al no pagar impuestos, este agente formaría parte de una elite que se aparta de las reglas convencionales que aplican a “todos” –un “nosotros” inclusivo–, nuevamente cargando con una valoración negativa.

Otra de las marcas lingüísticas que destaca dentro del debate corresponde al uso recurrente de las repeticiones, las cuales, haciendo un trabajo similar al de las palabras alerta, refuerzan uno de los focos del mensaje. Retomando el enunciado (4), que realiza un llamado de atención hacia la candidata, el uso reiterado de “quién quería ir a las primarias” da mayor fuerza al mensaje que quiere transmitir el candidato, trabajando como un foco dentro del enunciado que da pistas para poder interpretar que se está llevando a cabo un acto de habla indirecto. Este provoca un daño a la imagen positiva de su interlocutora, dando a entender que ella no quería ir al proceso, por medio de la forma irónica de plantear la pregunta.

Además de estas dos marcas lingüísticas, a lo largo del discurso se identificó la presencia de evidenciaciones (ej. 8: “AM: *desgraciadamente* en Chile hay diferencias enormes entre una persona y otra [...]”), signos interrogativos (ej. 9 “MS: ¿Usted sabe cuánto vale el 20% de ENEL?”), reinterpretaciones de unidades fraseológicas (ej. 10: “RV: Le están copiando el programa”), colocación anómala de adverbios (ej. 11: “MS: ¿[*eventualmente*] cree que Chile Vamos va [a decir que sí]?”), figuras literarias como la lítotes (ej. 14 “AM: pero por pedacitos”, donde “pedacitos” equivale a todo el programa), entre otras. Debido a la complejidad de la ironía como fenómeno pragmático, estas marcas lingüísticas permiten dar cuenta de cómo se materializa en el discurso y a su vez, posibili-

tan el dar pistas sobre cuáles son los efectos de la negociación en el proceso de construcción de las imágenes sociales de los participantes.

3.4. Efectos de la ironía en el desarrollo del debate

El impacto de la ironía en la interacción se refleja en las respuestas que los interlocutores emiten de manera inmediatamente posterior a su producción. El interlocutor a quien fue dirigida la ironía puede optar por desarrollar sus propias estrategias para evitar el daño, hacer que la descortesía juegue a su favor o no realizar ninguna acción reparadora. Para llevar a cabo esta parte del análisis, se escogieron algunos intercambios del debate en base a los efectos que tienen en el desarrollo de las negociaciones, para dar cuenta del impacto de la ironía y su evolución en las interacciones.

El primer caso a analizar corresponde a una parte de la primera interacción entre Alberto Mayol y Beatriz Sánchez, que se enmarca en los comentarios de Sánchez respecto al rol de los padres en su programa de gobierno. Ante esto, su contrincante señala:

(12) “AM: Bueno al menos tenemos programa Beatriz/ eeh RISAS”.

El enunciado del candidato alude a las críticas que su sector estuvo realizando constantemente a la candidatura de Sánchez, acerca de la ausencia de un programa propio y el supuesto plagio de ideas. La ironía de Mayol destaca por el uso de la evidenciación “bueno” y la colocación anómala de adverbio “al menos”, que trabaja como una locución adverbial de cantidad. Ambos recursos contribuyen a generar un ataque que desestabiliza a la candidata y que lleva a la ejecución de un juicio valorativo sobre sus acciones. En conjunto alertan y captan su atención, provocando la siguiente respuesta:

(13) “BS: ¿En qué sentido?”

AM: RISAS Que tú no presentaste un programa respecto §

BS: § Ah no § [si hay hoja]

AM: [Respecto a las temáticas] §

BS: § Hay hoja de ruta del programa

AM: Claaro/ pero mira / § [nosotros lo que hicimos]

BS: § (((§

AM: § el ejercicio §

BS: § todas estas medidas”.

La reacción de la interlocutora toma forma en la contra pregunta “¿en qué sentido?”, con la que gana tiempo para pensar en cómo responder a la pregunta. No hay ironía en el enunciado, sino que se trata de una emisión cortés en un acto de habla directo. Esta respuesta es seguida por un nuevo acto descortés de parte de Mayol, marcado en la risa del candidato, además de la denuncia de que su opositora no posee un programa. Durante el resto de la interacción, Sánchez opta por continuar enfrentado la descortesía a través de las estrategias corteses, mientras que Mayol reafirma su postura y ataca a su adversaria a través de la ironía, los insultos y la interrupción de turnos de habla, con los cuales busca callar a la candidata.

Luego del intercambio (13), Sánchez cambia la estrategia para enfrentar las ironías emitidas en su contra. Abandona la contra pregunta y la dubitación para responder de manera directa, siempre utilizando las estrategias corteses.

(14) “AM: (...) [el es]tándar en el frente Amplio sea más exigente/ nosotros hemos sido bien exigentes como candidaturas/ hemos planteado muchas veces temáticas/ en algunas al principio sobre todo tú te sumaste y te plegaste y te lo agradecemos pero efectivamente después/ ha habido más bien un dejar hacer respecto a muchas prácticas que nosotros planteamos/ y que lo conversamos muchas veces/ lo que pasó con Rendón lo que pasó con otro tipo de decisiones de la mesa §

BS: § Ah, esas son decisiones políticas / pero no tienen que ver con el programa”.

Alberto Mayol comienza señalando las cualidades éticas positivas de Frente Amplio, lo que beneficiaría al trabajo de la imagen social de quienes pertenecen a esta coalición, Sánchez incluida. Luego, el uso de la oración coordinada marcada por la conjunción adversativa “pero” deja a la candidata fuera de lugar, quitándole agencia y haciendo foco en que es la excepción a la norma, intensificado por la evidenciación “efectivamente” y la yuxtaposición “lo que pasó con Rendón lo que pasó con otro tipo de decisiones de la mesa”, que compara a la candidata con casos fallidos dentro de lo que es considerado ético en política.

Mientras Beatriz Sánchez utiliza la cortesía como estrategia para enfrentar la descortesía, hay interlocutores en el debate que utilizan ironías para combatir enunciados irónicos. Estas ironías se manifiestan principalmente como burlas y comentarios rápidos y vivaces, que muestran a un interlocutor que quiere destacar por su inteligencia.

(15) “RV: Le están copiando el programa

AM: RISAS

RV: ¿Sí o no?

AM: Pero por pedacitos RISAS§

RV: §Por pedacitos/ pero le molesta eso ¿ ↑*aah?*

AM: Noo/ nos parece que efectivamente hay que citar eso es todo es simplemente un trabajo colectivo/ [a si quee] (...)”.

Desde el comienzo del intercambio, con “le están copiando el programa”, el periodista busca un posicionamiento por sobre el candidato, haciendo uso de la unidad fraseológica para dar a entender que hay una burla escondida detrás de la aseveración. El candidato capta la intención y, por medio de la risa, reduce el impacto de la ironía inicial. El periodista se impacienta y ataca con un enunciado más directo con la pregunta “¿sí o no?”, recibiendo como respuesta la ironía “pero por pedacitos”. “Pedacitos” corresponde a la figura retórica de la lítote, la cual manifiesta que tras este diminutivo se esconde algo más grande: a partir de un acto indirecto, el candidato está indicando que han estado robando el programa completo, atacando a su adversaria, quien en ese momento no forma parte de la interacción.

En todos los casos analizados, la ironía funciona como una alarma para que el interlocutor esté pendiente y elabore su estrategia de respuesta. En su calidad de acto de habla indirecto, la ironía exige que el oyente se mantenga atento en todo momento. La respuesta a esta ironía se puede dar en

forma de un acto de habla directo (principalmente el insulto) o puede también el interlocutor optar por no responder directamente a la ironía, obviarla y cambiar el tema. Este mecanismo permite al interlocutor defender momentáneamente su imagen social. Sin embargo, su uso puede provocar una recriminación posterior por parte del adversario, así como un daño a la imagen proyectada hacia la audiencia. Este daño, provocado por el uso de la ironía por parte de la periodista, ocurre en una de las interacciones entre Beatriz Sánchez y Pilar Molina, donde la primera debe terminar por abandonar su estrategia de ignorar la ironía y hacerse cargo de las acusaciones en su contra:

- (16) “PM: [Beatriz pero] [aquí]
 BS: [perdón] solo [para completar]
 PM: [aquí se requieren] medidas [concretas]
 “BS: [el crecimiento]/ el crecimiento tiene que/
 llegarle a todos y a todas las chilenas si no de qué crecimiento hablamos §
 PM: §pero [Beatriz]
 BS: [queremos] movilizar la [economía]
 PM: [estamos] [hablando]
 BS: [el rol] del [Estado]
 PM: [si usted] tomaría alguna medida
 concreta [que tiene]
 BS: [voy a ello] voy a ello ”

Recién en esta última respuesta la candidata se hace cargo de los ataques de la periodista, sin hacer uso de la descortesía para defenderse, manteniendo su discurso cortés para conservar el control de la situación.

4. Conclusiones

El debate político electoral radial funciona como un espacio de negociación, ejercicio de poder y discusión de temas públicos. En el debate analizado, los candidatos a las primarias presidenciales de Frente Amplio pudieron mostrar y defender sus proyectos de gobierno. La descortesía se levanta como una estrategia idónea para este género, debido a que su emisión se constituye como un ataque que amenaza la imagen de los adversarios, con la finalidad de proteger la propia.

Por medio del análisis de la transcripción del debate de Frente Amplio en cuanto a las dimensiones de descortesía e ironía, se pudo dar cuenta de las estrategias utilizadas por los candidatos y periodistas en el desarrollo del debate. En lo que respecta al ejercicio de roles, se identificó que el papel de cada interactuante influye en el uso del recurso lingüístico. Quienes más utilizaron la descortesía fueron los periodistas, los que, a lo largo de las interacciones, ejercieron el rol de jueces sobre la capacidad de acción y respuesta de los candidatos. Incluso se puede percibir una transgresión al rol periodístico ya que, en ocasiones, las preguntas tenían como fin acorralar al candidato y aumentar su propio prestigio ante la audiencia, como es el caso de los enunciados interrogativos que exigían el manejo de datos no relevantes para el contexto de la interacción. En cambio, los candidatos, que se encuentran en una posición más vulnerable, se resguardan y utilizan en menor

cantidad los recursos descorteses. Este cuidado puede explicarse por la amenaza inherente que carga el enunciado descortés, que puede traer como efecto rebote una apreciación negativa por parte de la audiencia, quienes pueden interpretar su descortesía como algo grosero.

El uso de la ironía se puede vincular con el hecho de que, ante el riesgo del efecto rebote de la descortesía, los candidatos y periodistas aprovechan el acto de habla indirecto para su ataque. La amenaza toma una forma menos violenta, puede sorprender de mejor forma a un interlocutor distraído e incluso ser mejor percibido por la audiencia, debido a que socialmente se la asocia con la agudeza e inteligencia del interlocutor. Las marcas lingüísticas resultaron ser la principal pista de identificación de la ironía. Además de las estudiadas por el grupo GRIALE, como las palabras alerta, las reinterpretaciones fraseológicas y las figuras literarias, se pudo encontrar nuevos recursos que ayudan a la construcción de la ironía. El uso de los déicticos, los pronombres personales y el pronombre indefinido “todos”, trabajan como palabras de alerta, que funcionan como un foco al interior de la enunciación que intensifica el grado de la amenaza del ataque. Por último, en lo que respecta a los efectos de la ironía en el desarrollo de las interacciones, se identificaron tres estrategias por parte de los interlocutores: responder usando la cortesía, defenderse a través de un enunciado descortés o emitir una ironía burlona.

Se reconoce que este estudio tuvo como limitación la ausencia de una metodología estandarizada para el estudio de la descortesía, por lo que este trabajo permite sentar un precedente de análisis para el desarrollo de trabajos posteriores. Además, se reconoce la dificultad de incorporar en el análisis los aspectos extra lingüísticos, como los tonos de voz, risa y gestos. Los estudios de la descortesía y, especialmente, la ironía, no han logrado desarrollar un instrumento que permita integrarlos de forma objetiva al análisis, lo que tiene como consecuencia depender exclusivamente de las marcas lingüísticas para identificar la ironía. Como proyección, se plantea el desarrollo de un instrumento de análisis multisemiótico que abarque los recursos extra lingüísticos.

Además, en consideración a la necesidad de ampliar los estudios de la descortesía, los resultados de esta investigación podrían complementarse de forma interdisciplinaria con otras áreas, para evaluar de manera más concreta los efectos de los enunciados descorteses en la audiencia de los debates. El vínculo con la psicología permitiría estudiar el efecto cognitivo generado por el uso de las estrategias discursivas de la descortesía. Por otra parte, los resultados asociados al papel de los periodistas en el debate pueden servir para realizar estudios vinculados a las teorías de la comunicación acerca del rol del lenguaje en el ejercicio periodístico.

Referencias bibliográficas

- ALVARADO, B. 2005. La ironía y la cortesía: una aproximación desde sus efectos. *Estudios de Lingüística* 19: 33-45.
- ALVARADO, B. 2006. Las marcas de la ironía. *Intralingüística* 16: 1-11.
- AMOSY, R. 2014. O que é a polémica? Questões de definição. En R. Amossy (Ed.). *Apologia da polémica*, pp. 43-67. Sao Paulo: Editora Contexto.
- ATTARDO, S. 2013. Intentionality and irony. En L. Ruiz y B. Alvarado (Eds.). *Irony and humor: from pragmatics to discourse*, pp. 231-239. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

- BLAS ARROYO, J. L. 1998. Funciones y estructuras discursivas del moderador en el debate político. *Langues et Linguistique* 24: 1-45.
- BLAS ARROYO, J. L. 2001. 'No diga chorradas...' La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragmática-variacionista. *Oralia* 4: 9-45.
- BLAS ARROYO, J. L. 2009. '¿Pero qué pregunta es esa?': Sobre la naturaleza variable de preguntas y respuestas en el debate político-electoral. *Oralia* 12: 153-191.
- BLAS ARROYO, J. L. 2010. La función de las preguntas en un discurso agonal: el debate electoral cara a cara. *Discurso y sociedad* 4, 4: 674-705.
- BAÑÓN, A. 2005. El debate político. Una aproximación desde el análisis del discurso oral. *LSC-Llengua, societat i comunicació* 3: 10-19.
- BOLÍVAR, A. y ÁLVAREZ, A. 2004. Editorial: La cortesía verbal en Venezuela. *Discurso y Sociedad* 4, 3: 169-179.
- BOUSFIELD, D. y LOCHER, M. 2008. *Impoliteness in language: studies on its interplay with power in theory and practice*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- BRENES, E. 2012. El discurso de los parlamentarios y parlamentarias andaluces. Análisis pragmalingüístico de la ironía verbal. *Discurso y Sociedad* 6, 1: 79-97.
- BROWN, P. y LEVINSON, S. 1978. *Politeness. Some universals in language usage*. Londres: Cambridge University Press.
- CHARAUDEAU, P. 2009. La argumentación persuasiva. En M. Shiro (Ed.). *El ejemplo del discurso político. Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*, pp. 277-295. París: Université Paris-Nord.
- CULPEPER, J. 2011. *Impoliteness. Using language to cause offence*. UK: Cambridge University Press.
- CULPEPER, J. 2016. Impoliteness strategies. En J. Culpeper (Ed.). *Interdisciplinary studies in pragmatics, culture and society*, pp. 421-445. Londres: Springer International Publishing.
- CULPEPER, J. y HARDAKER, C. 2017. Impoliteness. En J. Culpeper, M. Haugh y D. Kádár (Eds.). *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im)politeness*, pp.199-225. Londres: Palgrave Macmillan.
- ESCANDELL VIDAL, M. V. 1996. Cortesía y relevancia. En H. Haverkate, G. Mulder y C. Fraile Maldonado (Eds.). *La pragmática lingüística del español: Recientes desarrollos*, pp. 7-24. Amsterdam: Rodopi.
- ESCUDERO, L. 1988. La estructura de la comunicación política: debates parlamentarios en la generación del ochenta. *Publicaciones UNR* 3: 1-22.
- FLORES, M. E. y INFANTE, J. M. 2009. (Des)cortesía e ironía en el debate político. En L. Rodríguez (Ed.). *La (des)cortesía y la imagen social en México*, pp. 129-152. Ciudad de México: Editorial Monterrey.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. 2006. ¿Cortesía o descortesía? La imagen del entrevistado vs. la imagen del entrevistador. *Cultura, lenguaje y representación: revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I* 3: 73-88.

- FUENTES RODRÍGUEZ, C. 2013. Argumentación, (des) cortesía y género en el discurso parlamentario. *Tonos Digital* 25, 0: 1-26.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. y ALCAIDE, E. R. 2008. *Cortesía, agresividad y violencia verbal en la sociedad actual*. Sevilla: Cuadernos UNIA.
- GARCÍA PASTOR, M. D. 2006. *A socio-cognitive approach to political interaction: an analysis of candidates' discourse in U.S. political campaign debates*. Valencia: Universidad de Valencia (Tesis doctoral).
- GOFFMAN, E. 1970. Sobre el trabajo de cara. Análisis de los elementos rituales de la interacción social. En E. Goffman (Ed.). *Ritual de la interacción*, pp.11-25. Buenos Aires, Tiempo.
- GONZÁLEZ, M. 2016. Empleo de la ironía en la tertulia política. Análisis cualitativo-cuantitativo. *Tonos Digital* 30: 1-33.
- GRICE, P. 1975. Lógica y conversación. En L. Valdés Villanueva (Ed.). *La búsqueda del significado: lecturas de filosofía del lenguaje*, pp. 520-538. Madrid: Tecnos.
- HAVERKATE, H. 1994. *La cortesía verbal: estudio pragmalingüístico*. Madrid: Editorial Gredos.
- KERBRAT ORECCHIONI, C. 2004. ¿Es universal la cortesía? En D. Bravo y A. Briz (Eds.). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, pp. 39-52. Barcelona: Ariel.
- LEECH, G. 1983. *Principles of pragmatics*. Londres: Longman.
- LEVINSON, S. 2000. *Presumptive meanings. The theory of generalized conversational implicature*. Cambridge: Massachusetts.
- LOCHER, M. 2012. Politeness research from part to future, with a special focus on the discursive approach. En L. Fernández, M. Hernández, R. Gómez, M. Padilla, M. Mejías y M. Relinque (Eds.). *New perspectives on (im)politeness and interpersonal communication*, pp. 36-54. UK: Cambridge Scholars Publishing.
- LOCHER, M. y WATTS, J. 2013. Politeness theory and relational work. *Journal of politeness research: Language, behaviour, culture* 1: 9-33.
- MONTERO, A. S. 2011. *Los modos de la polémica en el discurso político: ironía, oposición y refutación*. Buenos Aires: UBA-CONICET.
- MUECKE, D. C. 1978. Irony markers. *Poetics* 7: 363-375.
- PLAZA PÚBLICA CADEM. 2017. Encuesta N°199. Disponible en <https://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2017/11/Track-PP-199-NovS1-VF.pdf>
- RUIZ, L. 2009. ¿Cómo se gestiona la ironía en la conversación? *Revista de Filología Hispánica* 25, 2: 363-377.
- RUIZ, L., MARIMÓN, C., PADILLA, X. y TIMOFEVA, L. 2004. El proyecto GRIALE para la ironía en español: conceptos previos. ELUA. *Estudios de Lingüística* 18: 231-242.
- SCHOENTJES, P. 2003. *La poética de la ironía*. Madrid: Cátedra.

TANNEN, D. y BARTÉ-KRAAN, M. 1999. *La cultura de la polémica: del enfrentamiento al diálogo*. Barcelona: Paidós.

TÉLLEZ, N., MUÑIZ, C. y RAMÍREZ, J. 2010. Función discursiva en los debates televisados. Un estudio transcultural de los debates políticos en México, España y Estados Unidos. *Palabra Clave* 13, 2: 251-270.

VALENTE, A. 2017. A descortesia como estratégia descursiva na linguagem midiática. En A. Tinoco, I. Roboredo y M. Guaranha (Eds.). *Descortesia e cortesia expressão de culturas*, pp. 295-308. Sao Paulo: Cortez Editora.

VAN DIJK, T. 1996. Análisis del discurso ideológico. *Versión 6*, 10: 15-42.

WILSON, D. y SPERBER, D. 1992. On verbal irony. *Lingua* 87: 53-76.

WODAK, R. 2009. *Discourse of politics in action. Politics as usual*. Hampshire Palgrave: Macmillan.

ZIMMERMANN, K. 2005. Construcción de la identidad y anticortesía verbal. En D. Bravo (Ed.). *Estudios de la (des) cortesía en español: categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, pp. 245-270. Buenos Aires: Editorial Dunken.

Valentina Proust es Licenciada en Letras Hispánicas, mención Lingüística y Literatura, y Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Realizó su investigación final de licenciatura con el profesor Lésmer Montecino, en el contexto del FONDECYT N°1171665 “La (des)cortesía en programas de radio en Santiago de Chile”, en la cual se inscribe este artículo. Actualmente se encuentra trabajando como ayudante de investigación en la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Correo electrónico: vsproust@uc.cl