



# La comunicación y el discurso políticos en España y Serbia

## Análisis comparativo de las estrategias argumentativas utilizadas en los debates electorales televisivos

Miljana Mićović

**ADVERTIMENT.** La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) i a través del Dipòsit Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

**ADVERTENCIA.** La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) y a través del Repositorio Digital de la UB ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

**WARNING.** On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) service and by the UB Digital Repository ([diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

**2014**

Departamento de Filología Hispánica  
Facultat de Filologia  
Universitat de Barcelona

**LA COMUNICACIÓN Y EL DISCURSO POLÍTICOS EN  
ESPAÑA Y SERBIA**

---

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS ESTRATEGIAS  
ARGUMENTATIVAS UTILIZADAS EN LOS DEBATES  
ELECTORALES TELEVISIVOS**

Tesis para optar por el título de  
**DOCTORA EN LENGUA ESPAÑOLA**

Presentada por:  
**MILJANA MIĆOVIĆ**

Directora:  
**DRA. ESTRELLA MONTOLÍO DURÁN**

Programa de doctorado:

**Variedades del español en ámbitos profesionales y en el E/LE**



UNIVERSITAT DE BARCELONA





## **Cuestionario para especialistas en comunicación política**

Doctoranda: Miljana Micovic

Directora de la tesis: Dra. Estrella Montolío Durán. Catedrática de la Universitat de Barcelona

Título de la tesis doctoral: *La argumentación política. Estudio comparativo de las estrategias y mecanismos argumentativos en los debates políticos en televisión en España y Serbia*

### **Datos personales:**

Nombre y apellido: Alan Schroeder

Profesión: profesor universitario

Institución/ Empresa: Northeastern University

Cargo: Profesor Asociado, School of Journalism

Fecha: 4 April 2011

Firma (escaneada):

Nota: En las preguntas donde se puede responder con "sí" o "no", les pido, por favor, que justifiquen sus respuestas con unas palabras.

### **La comunicación política, la televisión y el discurso de los políticos:**

1. ¿Qué papel desempeña la televisión en la comunicación política en estos momentos con respecto a otros medios, tanto tradicionales como modernos?  
En este momento el medio de televisión ya domina la comunicación política. Con el desarrollo del web y los medios sociales, esto cambiará pero todavía la televisión sigue como el medio mas importante.
2. ¿Por qué cree que se dice de los políticos cuando aparecen en televisión que están "actuando"?



Los políticos modernos, como actores, tienen que poseer la habilidad de entregar su mensaje al público ante la cámara. No cambian sus personalidades en la misma manera de actores, pero la TV subraya ciertos aspectos de seres humanos más que otros. El resultado es un énfasis en el estilo personal de los políticos que tiene poco que ver con sus ideas o propuestas.

SUS

3. ¿Ha escrito usted algún discurso para ser pronunciado por un político en televisión o en otro medio de comunicación? Si es el caso, ¿cuál fue el objetivo principal que quería conseguir? ¿Y cómo influyó el medio en la confección del discurso? No.
4. Cuando usted escribe un discurso que será pronunciado en televisión,
  - a) ¿Se centra más en el tema del discurso o en la forma?
  - b) ¿Piensa más en la forma lingüística o en el lenguaje no verbal?
5. En su opinión, ¿es importante la contribución de los estudios lingüísticos y de los lingüistas en la comunicación política? Tanto si la respuesta es sí como si es no, por favor, explique por qué.  
Creo que sí, pero no soy lingüista y me es difícil juzgar el valor de los estudios lingüísticos.
6. ¿Sabe si en los partidos políticos o en las consultorías existe un departamento de comunicación que integre lingüistas o filólogos cuyos consejos se tienen en cuenta a la hora de componer, revisar o mejorar un discurso?  
Probablemente, pero no tendrían un papel muy prominente.
7. Si ha de hacer una escala de valoración de la importancia de todos los componentes que forman la imagen de un candidato en televisión, ¿cuáles serían esos componentes y cómo sería esa escala? (por ejemplo, la habilidad oratoria, comunicación no verbal, aspecto físico, historial del candidato, etc.)  
Es imposible contestar esta pregunta porque mucho depende de la situación específica: quienes son los candidatos, cuáles son las circunstancias políticas, etc. En general, me parece que todos los factores tienen significancia, pero hay muchísima diferencia entre candidatos en cuanto a la escala de valoración.



8. ¿En qué medida es importante la habilidad oratoria para que un político sea exitoso? ¿Puede pensar en un candidato o candidata, nacional o internacional, que sea muy buen orador(a) y comunicador(a)? Por favor, describa brevemente en qué consiste esa habilidad.

La habilidad oratoria todavía es sumamente importante. Vimos (y seguimos viendo) en EEUU el fenómeno de Barack Obama, un orador con gran talento. El puede "vender" su mensaje por la fuerza de sus palabras, en una forma inteligente, lógica, y fácil de entender. Lo que le falta en su oratorio es un poco calor - su estilo es mas o menos frío. Bill Clinton, al contrario, también tiene mucha habilidad oratoria, pero con un estilo mucho mas interpersonal, mas "caliente." Obama ha tenido mayor éxito dirigiéndose a audiencias grandes; el éxito de Clinton dependía mas de la conexión personal.

9. Es internacionalmente sabido que los especialistas del equipo de Obama, incluyendo el presidente estadounidense, tienen una sólida formación en oratoria y retórica clásicas. ¿Cuál cree que es la formación en este campo de los asesores políticos españoles?

No conozco la situación bastante para comentar.

10. Con respecto a la comunicación no verbal, ¿cuál cree que es la formación continuada de los asesores sobre las diferentes publicaciones e investigaciones en ese campo?

Estoy seguro que los asesores leen las publicaciones en el campo de la comunicación no verbal, pero dudo que los candidatos mismos tengan tiempo para estudiar un tema tan esotérico.

### **La argumentación en los debates políticos:**

1. ¿Qué representan, en su opinión, los debates televisados para la comunicación política y marketing político en una campaña electoral?

La pregunta me es un poco difícil de entender. Debates tienen muchísima importancia en cualquier campaña, pero es un tema enorme que sería imposible de explicar con pocas palabras.



2. Se habla del ganador o perdedor en los debates. ¿Cree que los debates influyen en el voto de los electores?

No mucho, pero es casi imposible identificar la influencia porque no podemos separar los debates de las otras influencias que existen también. Mas que nada, los debates confirman las percepciones que ya existen mas que cambian el voto. Sin embargo, los debates influyen mucho la reputación de los políticos, no solo a corto plazo sino también a largo plazo.

3. ¿La clave de una buena argumentación en los debates en televisión está en el mensaje lingüístico o en la retórica visual?

Los dos, pero mas importa todo lo visual.

4. ¿Qué estrategias y mecanismos lingüísticos de argumentación cree que utilizan los políticos en mayor medida para argumentar y persuadir mejor en un debate televisado?

Mensajes concisos, mensajes positivos, anécdotas mas que teoría, sentido del humor, ataques que no son personales sino ideológicos, respeto hacia el oponente, hacia los moderadores/preguntadores, y hacia el público.

5. ¿Qué estrategias y mecanismos lingüísticos de argumentación recomendaría usted a su candidato utilizar con más frecuencia en el debate?

Candidatos tienen que relacionar sus ideas y sus programas directamente con los votantes y sus intereses. El uso de anécdotas y otros ejemplos informales es mejor que una lista larga de cifras, detalles burocráticos, etc.

6. En algunos debates se ha visto que el relato, el *storytelling*, ha formado parte, con mayor o menor fortuna, del mensaje político. ¿En qué medida considera que la narración debe formar parte del discurso de un candidato en un debate televisivo?

Es bien importante, porque el público responde mas positivamente al relato que teorías abstractas.

7. a) ¿Cómo describiría la fase en la que actualmente se encuentra la tradición de los debates en España, tanto respecto a Estados Unidos como respecto a otros países de nuestro entorno?



No existe en España una larga tradición de debates televisados; en EEUU y otros países (Francia, Canada, los países de Scandinavia, etc.), debates están mucho mas establecidos. Parte del problema siempre es la patronización: los candidatos y sus asesores tienen mucho poder, y para <sup>PRODUCIR</sup> ~~haber~~ debates es necesario un patrocinador con la fuerza para balancear el poder de los politicos.

b) Por favor, caracterice las capacidades lingüísticas de los candidatos en los debates españoles realizados hasta el momento.

Hay otros analistas mas calificados que yo para contestar esta pregunta. En general, me parece que entre los candidatos presidenciales españoles que han debatido hasta este punto, no se puede identificar una "estrella" obvia. Algún día, quizás, pero son bien raros por todo el mundo.

### **Comentarios adicionales:**

Se agradecerá cualquier comentario que usted considere pertinente en relación con los temas tratados en este cuestionario: