

Trascendiendo textos y contextos: metodología para investigar polémicas mediáticas

Transcending texts and contexts: methodology to investigate media controversies

Recibido: 05/04/2023
Aceptado: 30/05/2023
Publicado: 30/06/2023

Tania Chappi Docurro
Correspondencia: tchappidocurro@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2676-5058>
Universidad de La Habana, Cuba

Resumen

Basándose en la revisión e interpretación de presupuestos teórico-metodológicos relativos a la comunicación social, el periodismo, la polémica, el análisis de contenido en los medios de comunicación masiva (MCM) y del discurso ideológico, en este trabajo, se fundamenta una metodología para investigar acerca de polémicas mediáticas en publicaciones impresas, lo cual es aplicable a controversias que circulan en medios digitales, adecuando a las peculiaridades de estos la variable correspondiente a la presentación de los materiales implicados en la disputa. Dicha propuesta permite registrar el contexto de la controversia sometida a escrutinio, su relevancia, temas; las características, ideologías y proceder de los actores; la estructuración del espacio discursivo que el medio le concede (ubicación, géneros, paratextos); la profundidad del debate, su lenguaje, tono y recursos; su tipología; las funciones que cumple; el alcance y repercusión dentro del sistema de comunicación y sistema social. Asimismo, posibilita verificar la recepción que ha tenido en la esfera pública la polémica en cuestión.

Palabras clave: medios de comunicación masiva, periodismo, polémica mediática/periodística, controversia, discurso polémico, mediación.

Para citar este artículo:

Chappi, T. (2023). Trascendiendo textos y contextos: metodología para investigar polémicas mediáticas. *Correspondencias & Análisis*, (17), 43-70. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.02>

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC - BY 4.0).



Abstract

Based on the review and interpretation of theoretical-methodological assumptions related to social communication, journalism, controversy, content analysis in the mass media (MCM) and ideological discourse, this article bases a methodology to investigate media controversies in printed publications, the which is applicable to controversies that circulate in digital media, adapting to the peculiarities of these the variable corresponding to the presentation of the materials involved in the dispute. This proposal allows registering the context of the controversy submitted to scrutiny, its relevance, themes; the characteristics, ideologies and proceeding of the actors; the structuring of the discursive space that the medium grants (location, genres, paratexts); the depth of the debate, its language, tone and resources; its typology; the functions it fulfills; the scope and repercussion within the Communication and Social System. Likewise, it makes it possible to verify the reception that the controversy in question has had in the public sphere.

Keywords: mass media, journalism, media/journalistic controversy, controversial discourse, mediation.

Introducción

La polémica mediática o periodística constituye, en el mundo, el día a día de los medios de comunicación masiva impresos (y, por supuesto, de los digitales), siguiendo una tradición iniciada en el siglo XIX, cuando los periódicos acogían controversias políticas, literarias, filosóficas. Su estudio genera un cúmulo de información vasto, relacionado con diversos campos de las sociedades humanas a lo largo de las tres últimas centurias; conocimiento que ayuda a entender, más allá de los sucesos, los procesos, tendencias, e incluso, hasta ciertos avances y retrocesos en esas múltiples esferas.

Ya sea en busca de saber histórico, o con la intención de aprehender y explicar la más palpitante actualidad, las investigaciones sobre las polémicas mediáticas coadyuvan a advertir las dinámicas, el alineamiento de fuerzas, de los campos intelectual y político de un período y lugar determinados. Como señala Biota (2020), «la prensa constituye un espacio para la construcción, masificación y canonización de la producción intelectual, pero sobre todo para legitimar acciones e interpretaciones

que contribuyen a forjar modos de organizar públicamente las sociedades» (pp. 3-4). Existe una «vinculación intrínseca entre discurso y poder, tanto en el plano de las cosmovisiones como en el de las narrativas de identidad (Basail y Álvarez, s.f.). Por tanto, es posible «analizar y evaluar en qué medida las formas discursivas contribuyen a sostener, reestructurar, desafiar o transformar relaciones de poder» (Basail y Álvarez, s.f.).

Estas investigaciones viabilizan disímiles objetivos: caracterizar las ideologías políticas y profesionales, así como las rutinas productivas de los medios de comunicación masiva (MCM) y la incidencia de estos en las diversas formaciones político-sociales. Desenmascarar manipulaciones y falacias esgrimidas por los emisores del discurso polémico. Vale recalcar que ningún otro producto comunicativo pone mejor de manifiesto las doctrinas y propósitos de quienes hacen circular sus criterios en la esfera pública. El examen de la polémica permite confrontar discursos sobre un tema, formulados por el mismo polemista, y visibilizar discrepancias entre la imagen construida, cultivada expreso, y la verdadera postura del sujeto. Lo que puede esconderse o edulcorarse dentro de un discurso bien meditado antes de darlo a conocer, a menudo aflora en el transcurso de una polémica.

Generalmente, quienes escudriñan las polémicas compilan los debates y examinan su contenido y su contexto (Grillo, 2014). Pero, suelen obviar otros elementos también esenciales, relativos a la estructura y el funcionamiento de la controversia mediática cuando esta transcurre en medios de comunicación masiva, dígame la estructuración del espacio discursivo que se le concede, el tipo de polémica según las relaciones que se establecen entre los enunciados que la componen, cuáles funciones del periodismo y de la propia polémica cumplen, qué forma adopta la mediación efectuada por el MCM: ¿se comporta solo como un gestor de la polémica, o sus directivos o periodistas se erigen en actores de esta?

Constancia de lo anterior brindan, por ejemplo, las diferencias entre las siguientes indagaciones: Biota (2020), apela a 15 artículos periodísticos difundidos en medios digitales, que forman el *corpus* de una polémica en torno a la guerrilla de los años 70. Sobre esa base, en «Intelectuales en la prensa: polémica, antagonismo, ¿y polifonía? (Argentina, 2019)» detalla, entre otros aspectos, el perfil de los MCM involucrados, los géneros utilizados, las dinámicas de las intervenciones, las estrategias disuasorias del discurso polémico, la manera sesgada de citar la declaración que desencadenó la controversia.

En cambio, Sánchez (2003), en «El modernismo contra la Nación. La polémica literaria de 1894 en Costa Rica», circunscribe su exploración a las condiciones sociopolíticas y culturales, las características de los contendientes y de sus escritos; aunque en la querrela se vieron envueltas publicaciones periódicas –Cuartillas, La República y El Heraldo de Costa Rica– no se especifica al cariz de estas ni su forma de gestionar la disputa, solo alude al género de los textos.

También la descripción del entorno sociopolítico, cultural e histórico, ocupa buena parte del artículo «Polémica por la creación de la Academia Canaria de la Lengua. Un análisis glotopolítico», de Guerra (2021). A pesar de que, como reconoce el autor, esta controversia tuvo eco en la prensa, e incluyó hasta materiales publicados en los diarios españoles *El País* y *ABC*, la referencia a la participación de estos es bien escueta.

Por su parte, Urzúa (2022) en «Celos y envidia: archivos del afecto. La polémica correspondencia entre César Moro y Vicente Huidobro», aborda las trayectorias de ambos poetas, sus entornos, el orden de los textos polémicos, su contenido, los criterios de analistas que con posterioridad se han sentido atraídos por el diferendo; en cuanto a las revistas contentivas de los respectivos discursos polémicos: *El uso de la palabra* y *Vital*, solo aparecen datos básicos.

Y, Chappi (s.f.), en «Discrepar y no morir en el intento: BOHEMIA entre vaivenes de polémicas¹», elabora herramientas metodológicas específicas para analizar polémicas mediáticas que discurren en soportes impresos; las que se ponen a disposición de estudiosos interesados en acometer nuevas pesquisas acerca de la controversia periodística y sus repercusiones.

¹ Investigación doctoral, actualmente en proceso. Se propuso como tema: Análisis contextualizado de polémicas culturales y su inserción en medios de comunicación masiva, para fundamentar una concepción teórica, metodológica y práctica sobre la polémica mediática. Caso de estudio: revista *BOHEMIA*, años 40 del siglo XX.

Marco teórico metodológico

Desde una perspectiva teórico metodológica basada en el paradigma interpretativo, se identifican enfoques relacionados con la comunicación social, la teoría y la praxis periodística, la polémica, el análisis de contenido en los MCM y del discurso ideológico. La búsqueda abarca un amplio espectro de fuentes, en soportes impresos y digitales (SciELO, Redalyc, Dialnet y otras bases de datos): manuales y libros especializados, tesis de pregrado y postgrado, artículos científicos y ponencias defendidas en eventos académicos, ensayos e informes de investigaciones.

En el proceso se seleccionó y valoró material que contribuya en la comprensión de cómo se estructuran, funcionan, e inciden en el sistema de comunicación (SC) y en el sistema social (SS), las polémicas mediáticas, partiendo de que en ningún caso es posible verlas desligadas del sistema de comunicación y del sistema social de donde han surgido.

Como enfatiza Thompson (1998):

La comunicación mediática siempre es un fenómeno social contextualizado: siempre forma parte de contextos sociales estructurados de varias formas y que, a su vez, tienen un impacto estructural en los actos comunicativos ... la comunicación mediática constituye una parte integral de –y no puede comprenderse al margen de– los contextos más amplios de la vida social. (pp. 26-27)

Del hallazgo del discurso polémico a la delimitación de sus repercusiones en los sistemas de comunicación y social

Es pertinente detenerse en las reflexiones de Argüelles² (2014) acerca de los escollos a los que se enfrenta el investigador ya en el primer paso; vale decir, la identificación de los discursos que integran una polémica. Según su experiencia, los inventarios bibliográficos (catálogos, índices y similares) pueden resultar útiles si se emplean como referencias cruzadas; sin embargo, ese método conlleva una limitación, pues no siempre el título de los productos comunicativos incluye palabras (respuesta,

² Entrevista concedida a la autora, en septiembre de 2014, por Pablo Argüelles, quien entonces lideraba en el Instituto de Literatura y Lingüística José A. Portuondo Valdor un proyecto de investigación sobre polémicas culturales acaecidas en Cuba entre 1959 y 2008.

carta abierta, réplica) que permitan determinar su carácter controversial. Además, existe el riesgo de que, ante la ausencia de esas y otras marcas textuales inherentes al discurso polémico, el investigador opte por agrupar y enfrentar materiales cercanos en el tiempo y con opiniones divergentes sobre el tema en cuestión; de esa manera podría construir a posteriori una polémica que en realidad no tuvo lugar. Ante esto sugiere, en primera instancia, revisar exhaustivamente todas las fuentes posibles; no olvidar que casi siempre la polémica es la extensión o la consecuencia de una crítica; y ser prudentes, y no incorporar al *corpus* de la controversia elementos sobre los que recaigan dudas.

Otros deslindes preliminares

En relación con las perspectivas en las cuales incurren no pocos estudiosos, al analizar los textos que reseñan o narran una controversia ocurrida en el espacio público, Cramer (2011) alerta que es necesario no perder de vista que estos no son el evento en sí, sino un reflejo de lo sucedido, una transcripción del discurso hablado³, incompleta y selectiva. En ellos ha ocurrido el proceso de «entextualización», durante el cual quien escribe impone límites al discurso, establece el principio y el final, decide cuáles son las partes más relevantes y cuáles son las prescindibles. En consecuencia, el ajuste entre el evento y el objeto de estudio (los textos acerca de él) no es perfecto. Escribir o hablar sobre una controversia implica elegir enunciados, movimientos, ubicaciones, marcos de referencia; y «excluir otros a través de una serie de juicios de relevancia» (Cramer, 2011, p. 31).

Tal reflexión muestra puntos convergentes con las impresiones de Durant (2010):

Es irónico que parte del célebre poder del discurso mediático moderno sea su aparente cercanía al ‘lenguaje ordinario y cotidiano’: cómo transmite y reproduce texturas y patrones de discurso y diálogo personal ... Sin embargo, esa similitud está ‘mediada’ (o como algunos escritores prefieren, ‘mediatizada’) de manera que afecta significativamente cuánto y también de qué manera el significado del discurso puede ser cuestionado. (p. 24)

³ Puede referirse tanto al debate en medios audiovisuales como a las declaraciones que ofrecen directamente al entrevistador quienes desean aportar criterios acerca de algún evento controversial.

Se encuentran tres actitudes recurrentes en los investigadores: la de apoyo, la distorsionadora y la constitutiva, a decir de Cramer (2011), quien destaca que la tercera sería la más adecuada para examinar los textos que relatan la controversia, pues se centra en los aspectos constitutivos de los escritos, mientras en las otras el objeto de estudio es el evento. No obstante, a menudo tienen lugar imbricaciones de acuerdo con las necesidades y propósitos de la investigación. En la Tabla 1 se detallan, brevemente, las perspectivas habituales en la valoración de textos que refieren el discurso polémico, a partir de lo cual se pueden evidenciar las diferencias.

Tabla 1*Perspectivas habituales en la valoración de textos que refieren el discurso polémico*

Actitud	Criterio acerca de los textos	Postura adoptada	Acciones
De apoyo	Son representaciones absolutamente fieles del evento referido.	No toma en cuenta el proceso de entextualización, no analiza las elecciones hechas por los escritores. El interés recae en las fuentes.	Se asegura de que la fuente consultada por el redactor tiene suficiente autoridad y reconocimiento para referirse al asunto en cuestión. Replica en el informe lo manifestado en el texto acerca de cómo ocurrieron los hechos.
Distorsionadora	Ambivalente. Algunos textos son representaciones fieles, pero otros necesitan ser sometidos a escrutinio por no ser objetivos, debido a que sus fuentes son sesgadas.	Con los textos considerados fieles: procede de manera similar al caso anterior. Cuestionadora ante los escritos clasificados como no objetivos (según la ideología, creencias y motivaciones del investigador).	Con los textos considerados fieles: procede de manera similar al caso anterior. El resto es sometido a crítica y esta se recoge en el informe.
Constitutiva	Las fuentes son inherentemente selectivas y reductoras, por consiguiente los textos nunca muestran con fidelidad absoluta lo ocurrido.	Asume las interioridades del texto como objeto de estudio principal, más que como la fuente para conocer el devenir de una controversia.	Establece las dimensiones textuales y contextuales específicas del evento en estudio. Trata de explicar por qué los textos en cuestión exhiben una forma y un lenguaje determinados, y cómo dispusieron los límites de la controversia. Se auxilia del análisis del discurso. El informe se centra en la recepción del hecho.

Nota. Adaptado de acuerdo a los fundamentos de Cramer, 2011.

Una precisión insoslayable es la relativa a los dos ejes implicados en el discurrir de la polémica: la emisión y la recepción del mensaje. Un texto puede ser analizado por la relación con sus condiciones de producción, o por la relación con sus condiciones de reconocimiento, y ambos «tipos de análisis de un mismo texto ... son cualitativamente diferentes ... Si el concepto de intención de comunicación expresa sin duda el deseo de cálculo del actor de la comunicación, no puede en cambio satisfacer la investigación» (Verón, 2019, p. 165)⁴. Precizando al respecto, Verón sostiene que, «en el caso, históricamente clásico, de los ‘medios masivos’, las gramáticas de producción son colectivas y las de reconocimiento son individuales», es decir, la recepción de los medios es un proceso individualizado (2019, p. 165).

Desde el punto de vista de los estudios críticos, la investigación ha tendido a subrayar cómo la audiencia genera significados propios a partir de la recepción de los textos mediáticos, incluso en oposición a las lecturas preferentes propuestas por los propios textos. (Corominas, 2001)

Es imprescindible puntualizar, sin embargo, que en las indagaciones con un matiz histórico no siempre resulta viable emprender estudios de recepción, pues la polémica elegida se remonta a un tiempo ya lejano del cual no se guardan informaciones fidedignas o de peso ni quedan testigos fiables. El investigador deberá contentarse con los ecos del debate, tal vez recogidos, por ejemplo, en memorias y en la correspondencia privada de quienes tuvieron algún conocimiento del diferendo; vale destacar que se trata de referencias limitadas en cuanto a objetividad y verdadero dominio del tema.

Enfoque hermenéutico

Hermenéutica profunda, es la denominación dada por Thompson (2008) a un «marco metodológico amplio» integrado por tres fases: análisis socio-histórico, análisis formal o discursivo y la interpretación de los resultados. A los efectos de investigar el discurrir de una polémica periodística, entrañaría: (1) dilucidar las condiciones sociales e históricas en las que se produce, circula y es recibida; (2) analizar el contenido e ideología de los discursos que la conforman, así como las interacciones

⁴ Véase su ensayo «Los públicos entre producción y recepción. Problemas para una teoría del reconocimiento», divulgado en 2001, pero vigente en la actualidad, teniendo en cuenta su publicación, en 2019, *InMediaciones de la Comunicación*.

entre estos y el soporte mediático (o sea, los MCM involucrados) de la controversia; (3) reinterpretar las visiones o enfoques asumidos por los enunciadores y enunciatarios del discurso polémico.

Siguiendo el anterior derrotero, Irene Vasilachis de Gialdino recomienda ahondar en lo que nombra «contexto social-textual»: aquel que «da cuenta de la forma en que el contexto social y la información llegan al lector, es decir, cómo se representan los acontecimientos para consumo masivo» (como se cita en Duplatt, 2015, párr. 5). Dentro de ese marco, un estudio de lo publicado en los MCM comporta especificar, además de las circunstancias globales de la sociedad en cuestión, a quién pertenece el medio, qué intereses representa, por cuáles vías llega a los públicos, quienes trabajan en él, cuál es la tirada. Asimismo, cómo se representa en el texto o en el mensaje la realidad a la cual este se refiere: qué términos se esgrimen y cómo, qué se escamotea. Una base para profundizar en esas pesquisas aporta Verón, al plantear el examen de la estructuración del espacio discursivo y al otorgarle la misma preeminencia a los componentes icónicos que a los escritos (como se cita en Martínez, 2007, pp. 101-103).

Llevado a la esfera de la polémica mediática, tal escrutinio conlleva determinar la ubicación y la extensión del espacio asignado a los materiales que la constituyen, el género de estos, la presencia de paratextos (imágenes, recuadros), el destaque de epígrafes, titulares y fragmentos del enunciado. Ahondar en ese aspecto permite aquilatar la relevancia que el medio le confiere a esa controversia en particular; y observar el conjunto de polémicas acogidas por él (la manera en que, como tendencia, las presentó), posibilita deducir su filosofía en relación con el ejercicio de dicha modalidad de la comunicación.

En cuanto al análisis ideológico del discurso, la autora del presente estudio se adhiere al modelo teórico-metodológico desarrollado por van Dijk, (2005, p. 10), en el que califica a las ideologías como «representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción»⁵. En la medida que asume que «el discurso ideológico es generalmente organizado por una estrategia

⁵ Partiendo de que las ideologías no se limitan a las ideas políticas, el análisis del discurso ideológico tampoco se circunscribe al discurso político, aunque lo incluye.

general de auto-presentación positiva (alarde) y la presentación negativa del otro (detracción)» (van Dijk, 2005, p. 20). Tal práctica es especialmente visible en las polémicas sostenidas en el espacio público, cuyos actores pretenden autodefenderse, legitimar o aclarar sus posturas y criterios.

Un diagnóstico de esas controversias supone, entonces, sondear cómo los polemistas aprovechan los elementos de sus discursos (e incluso los del contrario) para avalar sus proyecciones. A tal efecto, se impone identificar en los textos, y valorar, las descripciones explícitas y los mensajes subyacentes relacionados con las percepciones autoidentitarias (quiénes somos, cuáles son nuestros atributos, qué nos orgullece, de qué modo somos diferentes a otros), las actividades del grupo al que pertenece el emisor del discurso polémico (sobre todo las tareas y la función social que se autoasignan), los propósitos declarados de sus acciones, las normas y valores seguidos por el polemista (a título personal y grupal), en contraposición con las normas y valores que les adjudica a sus oponentes (van Dijk, 1996).

Discurso periodístico y polémico

Nociones acerca de los géneros tradicionales en las publicaciones impresas (noticia, nota informativa o información periodística, entrevista, artículo, comentario, crítica, editorial, reseña, crónica, reportaje), los estilos periodísticos (informativo, opinativo, híbrido), y de cuáles funciones ha de cumplir la prensa (informar, señalar relaciones de poder, interpretar, explicar, socializar, coordinar, diseminar cultura y valores, movilizar y entretener), brindan diversos expertos, entre ellos, Gargurevich (1989), García (1989, 2013), Gomis (1991), Cantavella (1996), Calzadilla (2005), Rodríguez (2005), Rodríguez (2006), Martínez (2007), Ulibarri (2007). A los modos del estilo editorializante se refiere Doménico de Gregorio: didascálico, objetivo, interpretativo (como se cita en Martínez, 2007).

Asimismo, se encuentra información relevante de preceptos en torno a la controversia académica, pública y mediática: los fenómenos discursivos dialógico-polémicos: discusión, disputa y controversia; relación entre el discurso social, el campo cultural y la polémica; principios, características y funciones de la polémica pública; interrelaciones entre el discurso polémico y los MCM; configuraciones y tipologías de la polémica según la sucesión de los enunciados; especificidades de la polémica mediática; interrelaciones con el MCM que la acoge (Angenot, 1982; Argüelles, s.f.; Auboussier, 2015; Amossy y Burger, 2011, 2016; Burger, 2011; Dascal, s.f., 1995,

2008; Dubied y Grevisse, 2003; Garand, 1998; Jacquin, 2011; Kerbrat-Orecchioni, 1980; Koren, como se cita en Dubied y Grevisse, 2003; Maingueneau, 2008; Marion, 1997, 2003; Plantin, como se cita en Eisner, 2014; Yanoshevsky, 2003).

Precisando, el término *polémica periodística* (dígase también, mediática) lo definen Dubied y Grevisse⁶ (2003):

Cualquier discurso periodístico que exprese una opinión (u opiniones) mediante la confrontación con otro discurso(s), también todo discurso polémico en el espacio de los medios y al que el periodista se enfrenta sin implicarse directamente como protagonista (sino como «intermediario», «mediador» o «intérprete» ... En definitiva, cualquier situación de polémica en la que el periodista podría estar involucrado. Esta «situación polémica» puede ser una controversia explícita (se presenta como una pelea verbal resaltada por marcas textuales específicas), pero también puede ser soterrada o implícita. (p. 8)

En tal circunstancia –puntualizan Dubied y Grevisse–, no estarían presentes «marcas típicas del habla polémica», como las invectivas o las axiologías difamatorias.

Toda controversia periodística está conformada por disímiles discursos polémicos que suscitan una confrontación de opiniones.

La confrontación es, a la vez, la acción de hacer presentes (dos) discursos, un «debate que permite a cada uno exponer y defender su punto de vista, frente a los puntos de vista comparados de los otros participantes» (*Trèsor de la Langue Française*), y una confrontación

⁶ Ambos toman de Yanoshevsky (2003) la distinción entre las posturas que pudiera adoptar el periodista (cuando no protagoniza el disenso) dentro de una polémica en los MCM. La experta ha descrito la estructura trilogía del espacio comunicacional (o sea, el escenario mediático donde ocurre el debate) de las polémicas periodísticas, las cuales no solo requieren de actores en posiciones antagónicas, sino que implican a un tercer elemento: el periodista, quien asume alguna de las siguientes actitudes: (a) Intermediario: el órgano de prensa presenta los acontecimientos al público. Con ello pone a dos (o más) personas o grupos en relación. Debe mantener una posición imparcial ante los oponentes. (b) Mediador: el periodista participa en la polémica para facilitar un acuerdo entre dos o más sujetos o partes, sirve como árbitro, conciliador o negociador. (c) Intérprete: el compromiso del periodista es más marcado, pues necesita ser capaz de explicar a una audiencia externa la tesis o las actitudes de los oponentes; utiliza sus propias palabras para comentar las posiciones de los adversarios, y por lo tanto corre el riesgo de ser acusado de adoptar una postura o de falta de imparcialidad.

en cuyo seno cada uno lucha por asegurar la supremacía de su propia posición. (Amossy, 2016, p. 26)

No todos los productos comunicativos de cariz polémico desplegados en los medios tienen el mismo alcance, amplitud y profundidad. Amossy y Burger (2011) establecen la siguiente gradación:

Discurso polémico: por lo general se sitúa en este conjunto, pero no precisa necesariamente pertenecer a él, pues existen ataques aislados, como en el caso del panfleto.

Intercambio polémico: implica a menudo un diálogo eficaz entre dos argumentadores, que presentan puntos de vista opuestos. Se puede hablar de la interacción polémica en sentido estricto cuando ellos se encuentran cara a cara.

Polémica: conjunto de discursos que circulan en un espacio social determinado y con un tema controvertido, en los que se dan respuestas diferentes y mutuamente excluyentes por hablantes que intentan descalificar la tesis del oponente o a la propia persona que la sostiene.

Sin duda, la controversia periodística cumple con principios comunes a las polémicas que transcurren en la esfera pública: necesita de un «espacio interdiscursivo polémico» (Garand, 1998, p. 256); además, tiene carácter dialógico y naturaleza conflictual y descalificadora, suelen incluir argumentos para intentar convencer al oponente y al auditorio del mensaje, el asunto o los asuntos tratados revisten interés público.

Entre sus funciones se hallan comunicar conceptos y enfrentarlos, adjudicar lugares y roles dentro del campo cultural (Argüelles, s.f.); generar estados de opinión, esclarecer asuntos y desmentir infundios o informaciones incorrectas.

Concerniente a ello, Yanoshevsky (2003, p. 57) asegura que «dado el carácter ‘demostrativo’ de la polémica, los medios de comunicación –orales y escritos– parecen ser el soporte natural» de ese tipo de discurso. Y, Marion (2003) le otorga a la controversia periodística un carácter transgenérico, pues esta se sirve de disímiles géneros, en especial los opinativos, e incluso de otras formas del discurso, como las cartas abiertas o las dirigidas al director del MCM. No menos importante es que la polémica mediática está sometida a la mediación que inevitablemente ejerce el MCM entre el acontecer, el discurso polémico y los públicos.

En este sentido, juzgar qué clase de argumentos se manejan resulta relevante, así lo sustenta Casals (2004):

El tipo de argumentos que se utilizan en un artículo de opinión pone de manifiesto la actitud del escritor ante el destinatario, su racionalidad, su conocimiento y su capacidad para la invitación a la dialéctica social o por el contrario su disposición dogmática, así como revela las estrategias de la inteligencia discursiva. Analizar y clasificar los argumentos más empleados y aquellos que más utiliza un autor concreto nos acerca a la personalidad, ideología y aportación de cada uno de los articulistas que se estudiarán. Lo cual construye una imagen muy real del carácter social de un país en un momento dado. (p. 13)

Como parte de su escuela pragma-dialéctica, adscripta a la teoría de la argumentación, Frans H. Van Eemeren y Rob Grootendorst (1995) sugieren reglas para desarrollar con éxito lo que denominan discusión crítica. Y alertan que las falacias constituyen argumentos inapropiados, nocivos al buen desempeño de las controversias. Entre ellas mencionan: *argumentum ad baculum* (presionar al contrario amenazándolo con sanciones), *argumentum ad misericordiam* (apela a sentimientos de compasión), *argumentum ad hominem* (al dar por sentada la falsedad de una afirmación tomando como argumento quién es el emisor de esta, se desacredita la experiencia, imparcialidad, integridad o credibilidad del contendiente), *argumentum ad verecundiam* (crear la impresión de que resulta innecesario defender un punto de vista, ya que, debido a quien lo sostiene, evidentemente es justo), *argumentum ad ignorantiam* (consiste en defender una afirmación sosteniendo que no existe prueba de lo contrario), *argumentum ad populum* (recurre a las emociones y los prejuicios de la audiencia), *petitio principii* (también llamado razonamiento circular, falsamente incluye entre las premisas a la conclusión a la cual se quiere llegar), *argumentum ad consequentiam* (induce a rechazar las afirmaciones del contrario porque supuestamente implican consecuencias negativas). Identificar la presencia de tales recursos incorrectos habilita al investigador para calibrar la justeza del discurso en cuestión, su apego a la verdad, y caracterizar desde el punto de vista ético al enunciador.

El paradigma de la mediación social, elaborado por Martín-Serrano (1986, p. 133) y contenido en su teoría social de la comunicación, es conveniente para estudiar los textos que componen la polémica como unidades de la mediación, a partir de que «la institución mediadora u otros Actores sociales (agencia de noticias, consejo de

redacción, censores, etc.) seleccionan determinados acontecimientos para hacerlos públicos». Al mismo tiempo, los MCM brindan «un marco de referencia, innovador o conservador, para evaluar lo que acontece en sus dimensiones éticas, sociales, políticas, institucionales» (Martín-Serrano, 1986, p. 134). De esa forma, «todos aquellos componentes que intervienen desde que el acontecer es objeto de referencia de la comunicación hasta que el producto comunicativo resulta conocido por las audiencias pueden participar en las tareas mediadoras» (Martín-Serrano, 1986, p. 137).

Siendo así, la teoría social de la comunicación guía al estudioso por las posibles interacciones entre los productos comunicativos, el sistema de comunicación pública y el sistema social.

La comunicación de masas, como cualquiera otra modalidad de comunicación pública, está marcada por las señas de identidad que permiten reconocer en ella a la sociedad que la utiliza. De modo equivalente, en la organización y el desempeño de cada sociedad, cabe reconocer la impronta que deja el modo de producir y de distribuir la información pública. (Martín-Serrano, 1986, p. 17)

O sea, las acciones de los MCM pudieran (bajo determinadas circunstancias, en ciertos contextos y momentos) incidir y motivar transformaciones en el propio sistema de comunicación y en otras esferas de la sociedad.

Resultados

Análisis en profundidad de las polémicas mediáticas

Tomando como base los preceptos ya desarrollados, se propone una metodología en la cual se integran dos componentes: 1. Modelo para el estudio de casos (indagación ceñida a las condiciones de producción y emisión de la polémica) y 2. Método para examinar la recepción de la polémica (extensión al segundo elemento del binomio presente en el acto de la comunicación: el receptor).

Modelo para el estudio de casos

Como se aprecia, las variables que lo conforman resultan apropiadas tanto para el examen de publicaciones impresas como digitales, con excepción de la

estructuración del espacio discursivo, pues en el segundo caso el investigador tiene que manejar otros parámetros en cuanto a la ubicación espacial, la extensión, el tipo de géneros y paratextos, la presencia de recursos propios del periodismo multimedial. Sin embargo, la adecuación a tales parámetros es factible.

VARIABLES:

1. Soporte mediático de la polémica: en qué MCM tuvo su origen y en cuáles transcurre (contexto comunicativo: a quién pertenece el medio, qué intereses representa y cuál es su alcance).
2. Condiciones que propiciaron el surgimiento de la controversia (contexto social).
3. Temas de la polémica (desencadenantes, subsecuentes y subyacentes) y su relación con los asuntos conflictivos del período objeto de estudio.
4. Actores. Determinar si la polémica es bipersonal o de efecto polifónico (confluyen varios actores cuyos enunciados se alternan o se superponen –réplicas y contrarréplicas en productos comunicativos diversos–, o comparten un espacio discursivo único, como ocurre en un producto comunicativo donde se reproducen criterios contrapuestos obtenidos mediante entrevistas personales o encuestas). Igualmente, la importancia de los actores, su peso en la vida social y cultural del país; si proceden de la intelectualidad o del periodismo, ideologías; si defienden ideas a título personal o son portavoces de grupos y tendencias; sus vínculos con los directivos del medio de comunicación.
5. Presentación de los materiales implicados en el debate, es decir, la estructuración del espacio discursivo (para determinar la importancia concedida por la revista a la polémica):
 - Ubicación espacial (portada, páginas iniciales o pliegos finales).
 - Secciones en las cuales fueron colocados.
 - Cantidad de páginas concedidas a cada texto.
 - Géneros empleados (su determinación, amén de constatar el carácter transgenérico de la polémica en los MCM, arroja luz sobre cuáles géneros son recurrentes en ella): periodísticos (comentario, artículo, editorial, crónica, reseña, entrevista valorativa, nota informativa, icónicos) u otras modalidades

del discurso (cartas, alocuciones, notas oficiales, documentos, comentarios personales, etcétera).

- Presencia de complementos (paratextos) que enriquecen el discurso escrito: comentarios destacados mediante la tipografía, recuadros, infografías, ilustraciones, fotos, caricaturas (en este caso los elementos gráficos no conforman por sí mismos un material periodístico autónomo).
6. Profundidad. Comprobar si se trata de una polémica para darse tono o una polémica de fondo. A tal efecto, es necesario analizar:
- Los propósitos declarados por los polemistas.
 - Si abordan solo aspectos irrelevantes, o aquellos que tienen implicaciones sociales, políticas, económicas, culturales.
 - Si al referirse a los problemas tocan apenas lo epidérmico o van a la esencia de estos.
 - Si la crítica se circunscribe a la figura del oponente y a las características del texto que este ha escrito, o si profundiza en el tema objeto de debate.
7. Lenguaje, tono y recursos de las polémicas. Señalar:
- Si los textos cumplen preceptos de los códigos deontológicos del periodismo y de la ética en general (si son respetuosos o si apelan a la violencia verbal, la descalificación y la injuria; o sea, cómo se manifiesta en ellos la naturaleza conflictual de la polémica).
 - Si los textos opinativos son autoritarios (estilo didascálico), tibios o distanciados (estilo objetivo, analítico), o razonados y conciliatorios (estilo interpretativo).
 - Los patrones ideológicos (se vinculan con los modos en que el enunciado polémico alude, cita, referencia a otro discurso –intertextualidad– y se posiciona en relación con él):
 - ◆ Marcadores como percepciones autoidentitarias, actividades del grupo al que pertenece el polemista, propósitos, normas y valores.
 - ◆ Argumentos empleados: la ejemplificación/ilustración, la comparación, argumentos de autoridad, causales y de analogía.
 - ◆ Falacias de la argumentación.

- Si se dirigen a un lector abstracto, o si recaban respuesta (o incitan a ella) de nombres específicos.
 - Características de los titulares (discretos o llamativos, contemporizadores o tendientes a caldear la polémica.)
8. Tipo de polémica, según su estructura. Determinar (a partir de la terminología y la clasificación de Argüelles) a qué categoría pertenecen, teniendo en cuenta las relaciones que se establecen entre los enunciados que la componen:
- Relevo de monólogos. Perspectivas encontradas y mutuamente disgregantes (polémica soterrada o implícita).
 - Enfrentamiento irreconciliable, con negación recíproca. Se establece una relación de contradicción (polémica explícita).
 - Entrelazamiento de discursos en un devenir, más que dialógico, dialéctico (polémica explícita).
- Se detallarán, asimismo, los presupuestos comunes que, a pesar del desacuerdo, posibilitan la coexistencia de los discursos implicados en la controversia (medio tópico subyacente); y cómo se manifiesta en ella su carácter dialógico.
9. Cumplimiento de las funciones básicas del periodismo (información, correlación, continuidad, entretenimiento, movilización) y las asignadas a la polémica.
10. Mediación realizada por el MCM:
- Estratos donde acontece: directivo superior, directivo intermedio, base de la redacción periodística.
 - Coexistencia de roles: intervención única (gestor) o combinada (gestor y actor). Nivel de participación como gestor: intermediario, mediador e intérprete
11. Alcance y repercusión de la polémica dentro del sistema de comunicación. Investigar:
- Si solo tuvo lugar en el MCM analizado o involucró a otras publicaciones periódicas.
 - Si implicó críticas a otros MCM o a sus representantes.

- Si motivó afectaciones en otros MCM, o a sus representantes.
- Si conllevó conflictos directos con otros MCM.

12. Alcance y repercusión, dentro de la sociedad en general; es decir, en el sistema de referencia, e incluso en el sistema social. Buscar:

- Criterios de intelectuales, de personalidades y de lectores en general, acerca del tema objeto de debate.
- Si implicó a instituciones y sus políticas.
- Si afectó o no a personalidades del ámbito sociopolítico y cultural.
- Si generó transformaciones como nuevas leyes, instituciones, publicaciones.

El significado concreto otorgado, en este modelo, a términos claves se explicita en el breve glosario incluido.

Método para examinar la recepción de la polémica

Esta metodología sigue la línea de las investigaciones cualitativas e interpretativas –predominantes, como señala Corominas (2001), en los estudios de recepción– y su propósito es acopiar y aquilatar criterios en torno al tema del diferendo y sus vínculos con el contexto nacional o internacional; desempeño de los actores y otros participantes; la manera en que transcurre la polémica; y las expectativas que despierta en cuanto a posibles transformaciones generadas o impulsadas por ella.

De acuerdo con las características de la polémica y los objetivos del estudio, la muestra para el análisis abarca a los actores⁷, participantes, decisores y públicos.

⁷ Recuérdese que los actores pueden estar directamente relacionados con los MCM (periodistas, directivos y colaboradores), o ser externos a estos (lectores, radioyentes, televidentes, internautas), en cualquier caso, a la vez que protagonistas, tanto ellos como los demás participantes, los decisores y los públicos, se forman una idea particular sobre el devenir y el impacto institucional o social de la polémica pública; en este proceso los actores se desdoblán en receptores (activos) de las ideas y transformaciones generadas por la controversia.

Se consideran las siguientes fases:

1. Diseño de la investigación. Determinar su propósito y problema central, seleccionar la muestra (y segmentarla), las fuentes, las técnicas y las líneas de indagación. Elaborar los cuestionarios y las planillas destinadas a asentar los datos.
2. Recolección de la información. Atendiendo a la selección y segmentación de la muestra. Incluye lo que se detalla en la Tabla 2.

Tabla 2

Identificación de las percepciones generadas por la polémica

Muestra	Fuentes preliminares (o sea, ya disponibles antes de iniciar el trabajo de campo)	Técnicas para el trabajo de campo	Percepciones de los sujetos en cuanto a:
Actores	Mediáticas: entrevistas y comentarios concedidos a la prensa. Directas: declaraciones públicas (en redes sociales y en actos y actividades cuando representan intereses institucionales).	Entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción que ha tenido la controversia en los públicos y los decisores. - Efectos producidos. Consecuencias positivas y negativas. - Mediación ejercida por los MCM.
Participantes	Mediáticas: Productos comunicativos publicados en el propio MCM que acoge la polémica, pero que no forman parte de ella. Directas: declaraciones públicas (en redes sociales y en actos y actividades cuando representan intereses institucionales).	Entrevistas, encuestas	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción que ha tenido la controversia en los públicos y los decisores. - Razones de la postura adoptada por los MCM. - Efectos producidos. Consecuencias positivas y negativas.
Decisores	Documentales: leyes, decretos y otros documentos (oficiales y no oficiales) relativos a la polémica. Mediáticas: entrevistas y comentarios concedidos a la prensa. Directas: declaraciones públicas (en actos y actividades, redes sociales).	Entrevistas, encuestas	<ul style="list-style-type: none"> - Validez de esa polémica en particular. -Cuál es la problemática central del debate. - Qué puntos de vista defienden los contrincantes. - Experiencia y capacidad de los polemistas. - Recepción que ha tenido la controversia en la sociedad.

Muestra	Fuentes preliminares (o sea, ya disponibles antes de iniciar el trabajo de campo)	Técnicas para el trabajo de campo	Percepciones de los sujetos en cuanto a:
Públicos	Mediáticas: entrevistas y opiniones concedidas a la prensa. Directas: declaraciones públicas (en redes sociales, reuniones de expertos).	Entrevistas, encuestas, discusiones grupales	<ul style="list-style-type: none"> - Maneras en que los MCM han conducido la polémica. - Razones de la postura adoptada por la instancia que el decisor representa. - Consecuencias positivas y negativas del debate. <ul style="list-style-type: none"> - Validez de esa polémica en particular. -Cuál es la problemática central del debate. - Qué puntos de vista defienden los contrincantes. - Experiencia y capacidad de los polemistas. - Maneras en que los MCM han conducido la polémica. - Incidencia de esta en la manera de pensar del entrevistado. - Efectos producidos en la sociedad. Consecuencias positivas y negativas. - Pertinencia de las acciones realizadas por las instancias decisoras.

3. Organización, procesamiento e interpretación de los datos. Esta etapa de la investigación se asocia a lo que Casasús (1989) denomina «recepción cualitativa», que incluye las siguientes interrogantes: ¿Por qué unos entendieron el artículo en determinado sentido y no en otro? ¿El nombre del autor influyó en la interpretación que el lector hizo del texto? ¿Se identificó el lector con los presupuestos contenidos en el escrito? ¿El trabajo periodístico modificó las ideas del lector?

La interpretación implica también comparar las percepciones de los diferentes grupos, determinar sus coincidencias y divergencias.

4. Cotejo de los datos con los obtenidos durante el análisis de las polémicas. Reinterpretación de los resultados. De acuerdo con las especificidades de cada

polémica el investigador deberá establecer, entre otras interrelaciones, las planteadas en la Tabla 3.

Tabla 3*Análisis de la polémica*

Análisis de la polémica		Estudio de recepción (criterios de la muestra)
Tema escogido.	↔	Necesidad o no de ventilarlo.
Foco de interés.	↔	Dónde recae en la práctica.
Estructuración del espacio discursivo.	↔	Satisfacción/insatisfacciones en cuanto al espacio concedido y la presencia de paratextos.
Mediación explícita y pública realizada por el MCM.	↔	Valoraciones sobre la intervención del MCM.
Propósitos declarados de los polemistas.	↔	Cómo estos fueron entendidos por los destinatarios.
Tono, lenguaje y recursos de los materiales.	↔	Los consideran apropiados o no.
Profundidad del debate.	↔	Satisfacción/insatisfacciones en relación con la forma en que los polemistas manejaron los asuntos y sus implicaciones.
Tipo de polémica según su estructura (explícita o soterrada).	↔	Los públicos comprenden o no el devenir de la polémica.
El polemista no explícita el blanco del discurso polémico ni ofrece otros referentes importantes.	↔	Reclaman o no dichos elementos.
Repercusiones en los SC, SR y SS.	↔	Conocimiento y aceptación, o rechazo, de esas repercusiones.
Ideologías de los polemistas y modos de expresarlas.	↔	Generaron, o no, modificaciones en las creencias e ideas de los sujetos. Ayudaron a aclarar sus pensamientos o crearon confusión y desconcierto. Según este resultado, piden, o no, cambios en las instituciones o en la sociedad en general.

5. Confección del informe. Corresponde al diseño de la investigación, las percepciones de los sujetos interpelados, los resultados de la interpretación y reinterpretación de los resultados.

De ese modo, un estudio de recepción sobre determinada polémica no solo cumple con los objetivos específicos trazados por el analista, sino que también contribuye a caracterizar el estado de la cultura del debate a nivel social.

Conclusiones

Parte insoslayable del periodismo ha sido y seguirá siendo la polémica, por lo tanto, una historia de la prensa (local, nacional, internacional) y la inserción de tal historia en los correspondientes programas docentes no debieran obviar la presencia del debate en los medios de comunicación masiva. Sin embargo, esto ocurre hoy frecuentemente, debido al limitado volumen de investigaciones en ese campo y a la escasa importancia que conceden los estudiosos al MCM como soporte de la controversia. Otra línea investigativa poco transitada es la dirigida a analizar con profundidad polémicas del momento actual, con el propósito de desentrañar tendencias y manipulaciones, no solo de quienes detentan el poder sociopolítico y económico, sino las inherentes al propio sistema de prensa.

Urge, entonces, acometer indagaciones que enriquezcan la historiografía, y la comprensión del presente, con aproximaciones a las disputas políticas, literarias, artísticas, científicas, del ámbito educativo, tecnológico, deportivo, y a la participación de los medios en ellas.

Por abarcar dos ejes de la comunicación mediática: la emisión y la recepción del mensaje –y dentro de ambos, los contextos en que se desenvuelve la polémica periodística, el desempeño de los actores y de los MCM implicados, las interioridades y propósitos del discurso polémico, la repercusión del debate–, la metodología desplegada aquí ofrece a los investigadores la posibilidad de obtener una imagen integral de su objeto de estudio.

Glosario

- *Actor*. Más que participante, protagonista de la polémica.
- *Espacio discursivo*. En el caso de las publicaciones impresas, las planas o parte de estas donde se inserta el discurso textual e icónico.
- *Estrato directivo superior*. A él pertenece la dirección del MCM (director, subdirectores), responsable de establecer las políticas de este. Igualmente, en él discurre la labor de los editorialistas, aunque no desempeñen cargos directivos, pues son voceros directos de la postura del medio.
- *Estrato directivo intermedio*. En él actúan los jefes de rango medio, como los responsables de los departamentos de redacción y diseño, o de las planas o segmentos dedicados a los ámbitos nacional, internacional, deportivo, cultural, etcétera. Ellos velan por la aplicación de la política del MCM y conciben la estructuración del espacio discursivo, ya sea con cierto grado de independencia o estrechamente supervisados por el nivel superior.
- *Base de la redacción periodística*. Es el estrato de los periodistas (reporteros y redactores de secciones o espacios específicos), quienes ejercen la mediación a la hora de elaborar un producto comunicativo.
- *Gestor de la polémica*. Directivo de un MCM o periodista que realiza las gestiones o acciones necesarias para que el discurso polémico llegue a las planas, canales o espacios del medio; se adecue a la estructura y deontología de este; sea presentado a los públicos de manera que conozcan a los actores, los temas, los principales puntos en conflicto, sus connotaciones; se le sumen nuevos actores; sea resaltado mediante el diseño gráfico y audiovisual.
- *Repercusión*. No se refiere a la difusión, sino a la influencia o efecto, reflejado en la creación de estados de ánimos, corrientes de opinión y transformaciones en el sistema de comunicación y el sistema social.
- *Soporte mediático de la polémica*. Productos comunicativos mediante los cuales discurre la polémica. Y, por extensión, el medio de comunicación masiva que los divulga: la de soporte único transcurre en un solo MCM, la de soportes múltiples lo hace en dos o más.

- *Tema subsecuente*. Aflora en las respuestas al producto comunicativo que da pie a la controversia. Puede ocupar una posición central (incluso desplazando o sustituyendo por completo al desencadenante) o secundaria.
- *Tema subyacente*. Se oculta detrás del asunto o asuntos explicitados por los contendientes. El objeto o materia central de una polémica a menudo no es el invocado públicamente; incluso puede «estar ausente de las cuestiones declaradas, asomar en un paréntesis o una nota al pie, u ocultarse en una serie de hechos o textos pretéritos en las trayectorias de los polemistas» (Schvartzman, 2017).

Conflicto de intereses

La autora no tiene conflicto de intereses.

Responsabilidad ética y/o legal

Los procedimientos seguidos en la obtención y el procesamiento de los datos cumplen con las normas éticas y legales vigentes.

Contribución de autoría

El artículo no cuenta con la contribución de otros autores.

Financiamiento

La investigación se realizó con recursos propios de la autora.

Agradecimiento

La investigación doctoral que sirve de base al artículo se inscribió dentro del proyecto sobre el Campo de la Comunicación en Cuba, desarrollado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Referencias

- Amossy, R. (2011). La coexistence dans le dissensus. *Semen*, (31), 25-42. <https://doi.org/10.4000/semen.9051>
- Amossy, R. (2016). Por una retórica del dissensus: las funciones de la polémica. En A. S. Montero (Comp.), *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias* (pp. 25-38). Prometeo. <http://comycult.files.wordpress.com> > 2018/04
- Amossy, R. y Burger, M. (2011). Introduction: la polémique médiatisée. *Semen*, (31), 7-24. <https://doi.org/10.4000/semen.9072>
- Angenot, M. (1982). *La palabra panfletaria. Contribución a la tipología de los discursos modernos* (Selección y traducción R. Bein, pp. 27-37). Payot. <http://es.scribd.com/doc/30902072/Marc-Angenot-Tipologia>
- Argüelles, P. (2014, 3 de septiembre). Entrevista.
- Argüelles, P. (s.f.). *Polémicas culturales, acercamientos teóricos*. https://www.academia.edu/29868888/Pol%C3%A9micas_culturales._Acercamientos_te%C3%B3ricos
- Auboussier, J. (2015). Ruth Amossy, Apologie de la polémique. *Semen*, (39). <https://doi.org/10.4000/semen.10504>
- Basail, A. y Álvarez, D. (Comp.) (s.f.). *Sociología de la Cultura. Lecciones y lecturas*. Biblioteca Virtual de la Facultad de Artes y Letras, Universidad de La Habana.
- Biota, M. (2020). Intelectuales en la prensa: polémica, antagonismo, ¿y polifonía? (Argentina, 2019). *Divulgatio. Perfiles académicos de Posgrado*, 5(13), 1-18. <https://doi.org/10.48160/25913530di13.147>
- Calzadilla, I. (2005). *La nota*. Editorial Pablo de la Torriente.
- Cantavella, J. (1996). *Manual de la entrevista periodística*. Editorial Ariel S.A.
- Casals, M. J. (2004). La opinión en la prensa: retrato de España en el primer año del siglo XXI. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (10), 9-66. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0404110009A/12551>
- Corominas, M. (2001, 1 de marzo). Los estudios de recepción. *PortalComunicación.com*. <https://incom.uab.cat/portalcon/los-estudios-de-recepcion/>
- Cramer, P. A. (2011). *Controversy as News Discourse*. Springer.
- Dascal, M. (s.f.). *Types of Polemics and Types of Polemical Moves*. <http://www.tau.ac.il/humanities/philos/dascal/papers/pregue.htm>

- Dascal, M. (1995). Epistemología, controversias y pragmática. *Isegoría* (12). <https://doi.org/10.3989/isegoria.1995.i12.239>
- Dascal, M. (2008). Dichotomies and types of debate. En F. H. Van Eemeren y B. Garssen (Ed.), *Controversy and Confrontation*, (27-49). John Benjamins Publishing Company.
- Dubied, A. y Grevisse, B. (2003). Trêve de polémique ou contrôle des opinions. *Recherches en Communication*, (20), 7-18. <https://doi.org/10.14428/rec.v20i20.48583>
- Duplatt, A. E. (2015). Análisis crítico del discurso periodístico. Entrelíneas. *Narrativas*, 25, (enero-junio). <https://www.narrativas.com.ar/analisis-critico-del-discurso-periodistico-entrelineas/>
- Durant, A. (2010). *Meaning in the Media. Discourse, Controversy and Debate*. Cambridge University Press.
- Eisner, L. (2014). Argumentación didáctica y argumentación polémica en la prensa política de la primera mitad del siglo XX: el Anuario Socialista argentino como artefacto retórico. *RÉTOR*, 4(2), 123-152. http://www.revistaretor.org/pdf/retor0402_eisner.pdf
- Garand, D. (1998). Propositions méthodologiques pour l'étude du polémique. En A. Hayward y D. Garand (Ed.), *États du polémique* (pp. 211-268). Nota Bene.
- García, J. (1989). *Géneros de opinión*. Editorial Oriente.
- García, J. (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. Editorial Pablo de la Torriente.
- Gargurevich, J. (1989). *Géneros periodísticos*. Editorial Pablo de la Torriente.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós.
- Grillo, R. (2014, septiembre-diciembre). *Una polémica no es cualquier chanchullo* [Sesión de conferencia]. Curso sobre periodismo cultural, Centro Cultural Dulce María Loynaz, La Habana.
- Guerra, P. (2021). Polémica por la creación de la Academia Canaria de la Lengua. Un análisis glotopolítico. *Boletín de Filología*, 56(2). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-93032021000200445>
- Jacquin, J. (2011). Le/La polémique: une catégorie opératoire pour une analyse discursive et interactionnelle des débats publics? *Semen*, (31), 43-60. <https://doi.org/10.4000/semen.9085>
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1980). La polémique et ses definitions. En P. V. L. Lyon, *Le discours polémique*. <http://www.tau.ac.il/~adarr/index.files/bibliographies/polemique/kerbrat1980.doc>.

- Maingueneau, D. (2008). Les trois dimensions du polémique. En L. Gaudin-Bordes y S. Geneviève (Eds.), *Les registres. Enjeux stylistiques et visées pragmatiques* (Vol. 11, pp. 109-120). Academia-Bruylant.
- Marion, P. (2003). Médiagénies de la polémique. Les images «contre»: de la caricature à la cybercontestation. *Recherches en Communication*, (20), 127-154. <https://doi.org/10.14428/rec.v20i20.48673>
- Marion, P. (1997). Narratologie médiatique et médiagénie des récits. *Recherches en Communication*, (7), 61-88. <https://doi.org/10.14428/rec.v7i7.46413>
- Martín-Serrano, M. (1986). Presentación de la Teoría Social de la Comunicación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 33, 15-34. <http://www.dialnet.unirioja.es>
- Martínez, J. L. (2007). *Curso general de redacción periodística* (1). Pablo de la Torriente.
- Rodríguez, F. (2006). *Periodismo cultural*. Editorial Síntesis.
- Rodríguez, M. (2005). *Acerca de la entrevista*. Editorial Pablo de la Torriente.
- Sánchez, A. (2003). El modernismo contra la Nación. La polémica literaria de 1894 en Costa Rica. *Revista de Filología y Lingüística*, 29(1), 103-117. <https://doi.org/10.15517/rfl.v29i1.4473>
- Schwartzman, J. (2017). Catorce tesis sobre polémica. *Patrimônio e Memória*, 13(2), 4-13. <https://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/Article/View/782>
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.
- Thompson, J. B. (2008). *Ideología y cultura moderna* (Parte I y II). Editorial Pablo de la Torriente y Editorial Félix Varela.
- Ulibarrí, E. (2007). *Idea y vida del reportaje*. Editorial Pablo de la Torriente.
- Urzúa, M. (2022). Celos y envidia: archivos del afecto. La polémica correspondencia entre César Moro y Vicente Huidobro. *Revista chilena de literatura*, (105). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22952022000100719>
- van Dijk, T. A. (1996). Análisis del discurso ideológico. *Versión*, (6), 15-43. <http://www.discursos.org/oldarticles/An%20del%20discurso%20ideol%20F3gico.pdf>
- van Dijk, T. A. (2005, abril-junio). Ideología y análisis del discurso. *Estudio. Utopía y Praxis Latinoamericana*, (29), 9-36. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27910292>
- van Eemeren, F. y Grootendorst, R. (1995). The Pragma-Dialectical Approach to Fallacies. In H. V. Hansen & R. C. Pinto (Ed.), *Fallacies: Classical and Contemporary Readings* (pp.130-144). The Pennsylvania State University Press. <http://www.ditext.com/eemeren/pd.html>

Verón, E. (2019). Los públicos entre producción y recepción. Problemas para una teoría del reconocimiento. *In* *Mediaciones de la Comunicación*, 14(1), 163-179. DOI: 10.18861/ic.2019.14.1.2891

Yanoshevsky, G. (2003). La polémique journalistique et l'impartialité du tiers. *Recherches en Communication*, (20), 53-64. <https://doi.org/10.14428/rec.v20i20.48623>